

**“PENERAPAN *PRICE FIXING* PADA TOKO AUFA
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

OLEH :

**ADE KRISTINA
1811130131**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO**

BENGKULU, 2022 M / 1444 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Ade Kristina NIM 1811130131

dengan judul **"Penerapan Price Fixing Pada Toko Aafa**

ditinjau dari Perspektif". Program Studi Ekonomi Syariah

Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah

diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan

pembimbing II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak

untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* Skripsi Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati

Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 25 Mei 2022 M

24 Syawal 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Asnaini, MA

NIP. 197304121998032003



Debby Arisandi, MBA

NIP. 198609192019032012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171, 51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Penerapan *Price Fixing* pada Toko Afa ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”, oleh Ade Kristina, NIM: 1811130131, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 27 Juli 2022 M / 27 Dzulhijjah 1443 H

Dinyatakan LULUS Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 10 Agustus 2022 M
12 Muharam 1444 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Eka Sri Wahyuni, MM
NIP. 197705092008012014

Sekretaris

Debby Arisandi, MBA
NIP.198609192019032012

Penguji I

Eka Sri Wahyuni, MM
NIP. 197705092008012014

Penguji II

Evan Stiawan, MM
NIP. 199203202019031008

Mengetahui,
Dekan

Dr. H. Supardi, M.A
NIP.196504101993031007

PERSEMBAHAN

Puji syukur ku ucapkan kepada Allah SWT. Beriring doa dengan hati yang tulus kupersembahkan karya sederhana ini yang telah ku raih dengan suka, duka, dan air mata serta rasa terimakasih yang setulus-tulusnya untuk orang-orang yang kusayangi dan kucintai yang telah mengiringi keberhasilanku:

1. Sujud syukur kupersembahkan kepada Allah SWT yang

Maha agung, Maha Tinggi dan Maha penyayang atas takdirmu kau jadikan saya manusia yang senantiasa berpikir berilmu, dan bersabar dalam menjalani proses kehidupan ini.

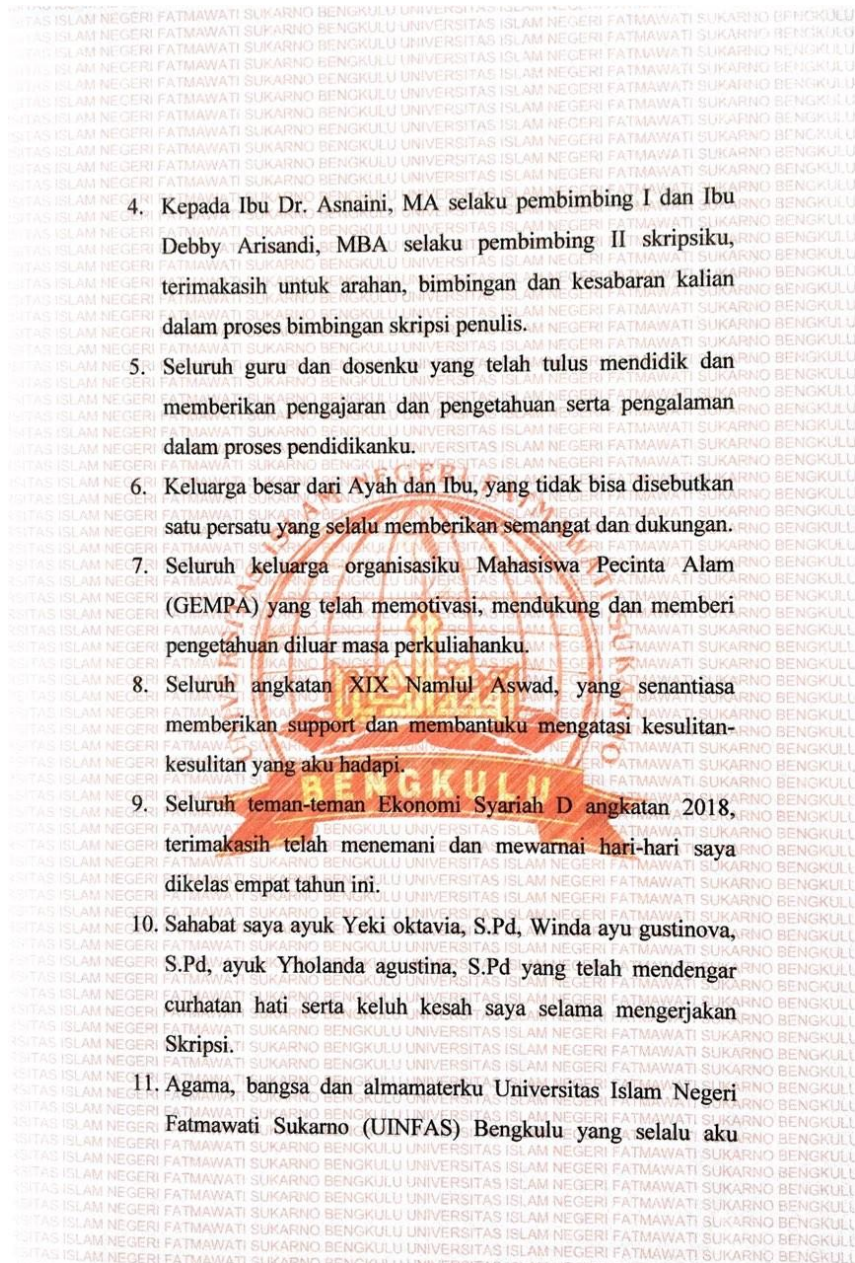
Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Serta Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah SAW.

2. Teristimewa kedua orang tua saya tercinta, Ibu Susanti dan

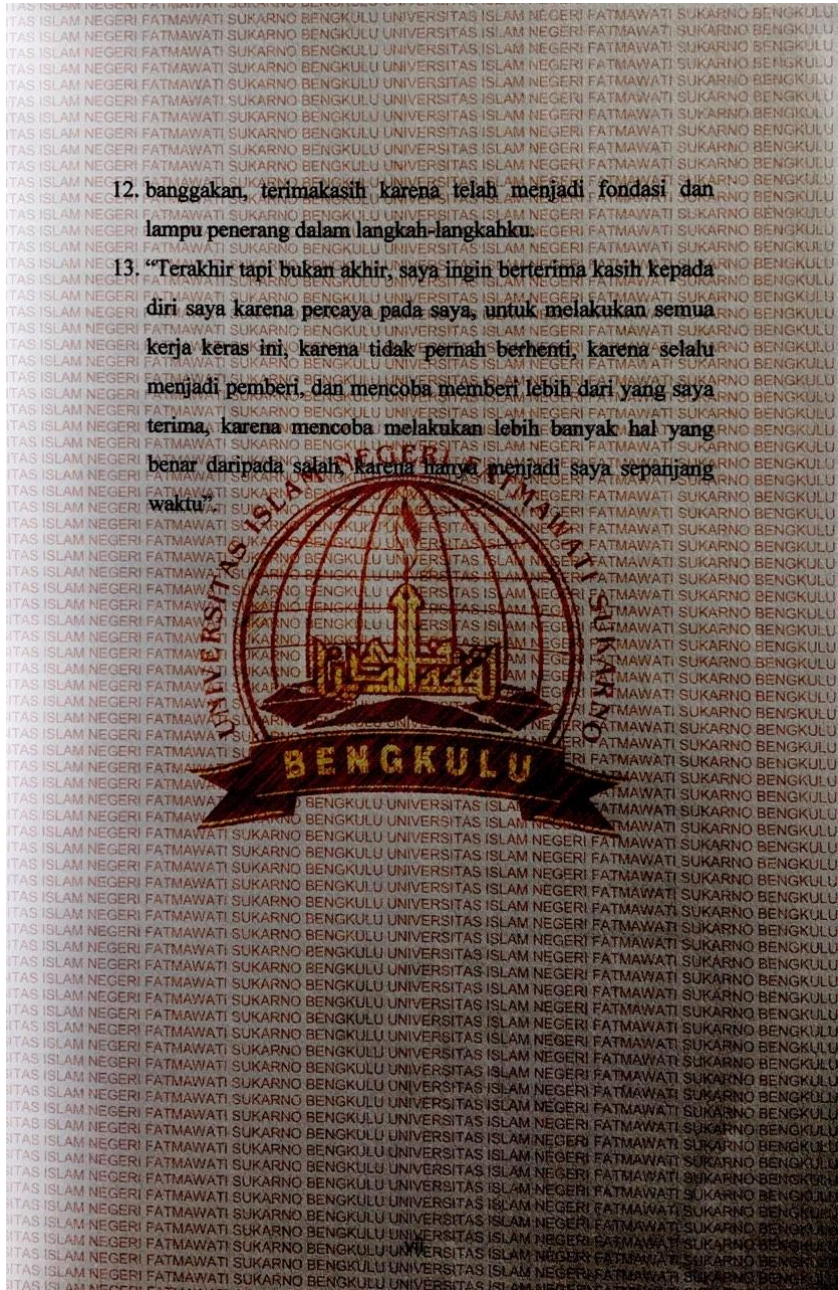
Ayah Donal Harahap sebagai orang paling berjasa yang telah membesarkan, terimakasih telah mendidik dan mengorbankan jiwa raga demi kepentingan dalam menuntut ilmu saya serta senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan dan kebahagiaan, sekaligus dukungan material maupun spiritual.

3. Adik saya tersayang Febri Yansa, terimakasih untuk canda

tawa serta kasih sayang dan semangat yang telah diberikan selama ini. Semoga kita bisa membuat orang tua kita selalu tersenyum bahagia.



4. Kepada Ibu Dr. Asnaini, MA selaku pembimbing I dan Ibu Debby Arisandi, MBA selaku pembimbing II skripsiku, terimakasih untuk arahan, bimbingan dan kesabaran kalian dalam proses bimbingan skripsi penulis.
5. Seluruh guru dan dosenku yang telah tulus mendidik dan memberikan pengajaran dan pengetahuan serta pengalaman dalam proses pendidikanku.
6. Keluarga besar dari Ayah dan Ibu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
7. Seluruh keluarga organisasiku Mahasiswa Pecinta Alam (GEMPA) yang telah memotivasi, mendukung dan memberi pengetahuan diluar masa perkuliahanku.
8. Seluruh angkatan XIX Namlul Aswad, yang senantiasa memberikan support dan membantuku mengatasi kesulitan-kesulitan yang aku hadapi.
9. Seluruh teman-teman Ekonomi Syariah D angkatan 2018, terimakasih telah menemani dan mewarnai hari-hari saya dikelas empat tahun ini.
10. Sahabat saya ayuk Yeki oktavia, S.Pd, Winda ayu gustinova, S.Pd, ayuk Yholanda agustina, S.Pd yang telah mendengar curhatan hati serta keluh kesah saya selama mengerjakan Skripsi.
11. Agama, bangsa dan almamaterku Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang selalu aku



12. bangga, terimakasih karena telah menjadi fondasi dan lampu penerang dalam langkah-langkahku.

13. “Terakhir tapi bukan akhir, saya ingin berterima kasih kepada diri saya karena percaya pada saya, untuk melakukan semua kerja keras ini, karena tidak pernah berhenti, karena selalu menjadi pemberi, dan mencoba memberi lebih dari yang saya terima, karena mencoba melakukan lebih banyak hal yang benar daripada salah, karena hanya menjadi saya sepanjang waktu.”

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “**Penerapan *Price Fixing* Pada Toko Aufa ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Toko Aufa Kota Bengkulu)**”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 20 Juli 2022 M
1443 H

Mahasiswa Yang Menyatakan



Ade Kristina
NIM. 1811130131

ABSTRAK

Penerapan *Price Fixing* Pada Toko Aufa ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

Oleh Ade Kristina, NIM 1811130131

Tujuan penelitian ini adalah, 1). Untuk mengetahui penerapan *Price Fixing* pada Toko Aufa Perum Griya Asri Kota Bengkulu. 2) Untuk mengetahui apakah *Price Fixing* yang diterapkan pada Toko Aufa Kota Bengkulu sudah sesuai dengan perspektif *Ekonomi Syariah*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tinjauan ekonomi Islam terhadap *Price Fixing* (penetapan harga) sudah sesuai dengan syariat Islam, harga yang ditetapkan masih tergolong adil. Dengan adanya penetapan harga ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, memenuhi kebutuhan tiap rumah tangga, serta memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya yang ada di Perum Griya Asri Kota Bengkulu dalam jangka panjang. Penetapan harga perusahaan juga dapat menciptakan rasa saling membantu, karena dalam penetapan harga pada Toko Aufa ada unsur tolong-menolong.

Kata kunci : Penerapan, Price Fixing, Perspektif, Ekonomi Islam

ABSTRACT

Application of Price Fixing at Aufa Stores from an Islamic Economic Perspective

By Ade Kristina, NIM 1811130131

The aims of this research are, 1). To find out the application of Price Fixing at the Aufa Perum Griya Asri Store, Bengkulu City. 2) To find out whether the Price Fixing applied to the Bengkulu City Aufa Store is in accordance with the perspective of Islamic Economics. This type of research is a field research using a qualitative descriptive method. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The results of the study indicate that the Islamic economic review of Price Fixing is in accordance with Islamic law, the price set is still fairly fair. With this price setting, it can meet the needs of the community, meet the needs of each household, and meet the needs of the community, especially those in Perum Griya Asri, Bengkulu City in the long term. The company's pricing can also create a sense of mutual help, because in pricing at the Aufa Store there is an element of mutual assistance.

***Keywords: Application, Price Fixing, Islamic Economic,
Perspective***

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan *Price Fixing* pada Toko Afa ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Dr. H. Supardi, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Yenti Sumarni, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu.

4. Debby Arisandi, MBA. selaku pembimbing II yang telah membimbing dalam proses penyusunan skripsi dengan kesabaran.
5. Dr. Asnaini, MA. selaku pembimbing I yang telah membimbing dalam proses penyusunan skripsi dengan kesabaran dan keikhlasan.
6. Bapak dan Ibu dosen serta staf karyawan Universitas Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar, memberikan banyak ilmu dan pengalaman semasa kuliah.
7. Bapak dan Ibu dosen penguji sidang *munaqasah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepan.

Bengkulu, Juni 2022 M
Dzulhijah 1443 H

Penulis,

Ade Kristina
NIM. 1811130131

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian.....	5

F. Penelitian Terdahulu	5
-------------------------------	---

G. Metode Penelitian.....	12
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	12
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	13
3. Informan Penelitian.....	13
4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	13
5. Teknis Analisis data	16
H. Sistematika Penulis	23

BAB II KAJIAN TEORI

A. <i>Price Fixing</i>	24
1. Penetapan Harga.....	24
2. Tujuan Penetapan Harga	28
3. Strategi Penetapan Harga Jual.....	30
B. Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	34
C. Penetapan Harga Menurut Tokoh Islam	35
1. Penetapan Harga Ibnu Khaldun	35
2. Penetapan Harga Imam Yahya bin ‘Umar	36
3. Penetapan Harga Abu Yusuf.....	38
4. Penetapan Harga Al-Ghazali.....	39
5. Penetapan Harga Ibnu Thaimiyah	40

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Toko Aufa.....	53
B. Visi dan Misi Toko Aufa.....	53
C. Struktur organisasi Toko Aufa	54
D. Produk Toko Aufa.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan <i>Price Fixing</i> (pentapan harga) pada Toko Aufa Kota Bengkulu	56
B. Proses Bisnis Toko Aufa.....	57
C. Indikator <i>Price Fixing</i> (Penetapan Harga)	58
D. Tinjauan Ekonomi Islam dalam Penerapan penetapan harga pada Toko Aufa Kota Bengkulu.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	10
Tabel 2.1.....	47
Tabel 3.1.....	53
Tabel 4.1.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Form Pengajuan Judul
- Lampiran 2 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
- Lampiran 4 : Halaman Pengesahan Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Surat Penunjukkan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 7 : Halaman Pengesahan Skripsi
- Lampiran 8 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 10 : Bukti Plagiasi
- Lampiran 11 : Lembar Bimbingan Dospem 1
- Lampiran 12 : Lembar Bimbingan Dospem 2
- Lampiran 13 : Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya manusia merupakan makhluk sosial yang kodratnya hidup diarena publik. Sengaja atau tidak untuk menyikapi persoalan-persoalan hidupnya, orang-orang secara konsisten membutuhkan satu sama lain. Kiprah sebagai makhluk sosial bahwa mereka saling membutuhkan satu sama lain di berbagai bagian kehidupan untuk mengatasi masalah mereka. Individu juga kelompok dalam lapangan ekonomi atau usaha disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari atau menerima keuntungan sebesar-besarnya. Namun disisi lain, terikat dengan iman dan etika sebagai akibatnya manusia tidak bebas menginvestasikan modalnya.

Dalam hal jual beli dan menetapkan harga, Islam telah menetapkan aturan-aturan hukumnya seperti yang telah diajarkan oleh Rasullullah SAW, dimana Rasulullah SAW menyerukan agar dalam akad jual beli penetapan harga disesuaikan dengan harga yang berlaku dipasaran secara umum dan dalam islam harus menjauhkan diri dari syubhat, garar, ataupun riba.¹ Mengenai rukun, syarat dalam menjual maupun bentuk dalam menetapkan suatu harga yang jelas

¹ Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h.128

dan sah sesuai syariat Islam. Islam mengharuskan berlaku adil dan berbuat kebajikan.

Harga jual harus adil bagi pembeli, maksudnya jangan sampai pembeli dirugikan atas penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang untuk suatu barang. Selain itu Ibnu Taimiyah juga mengingatkan kepada penjual agar menjual dengan harga yang wajar dan kepada para pembeli untuk tidak menolak harga yang adil sebagai hasil transaksi antara kekuatan penjualan dan penawaran yang terjadi secara alamiah. Sebagaimana dalam Ayat Al-Qur'an, surah An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu;. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Harga ditentukan oleh pasar sesuai dengan permintaan konsumen, semakin tinggi permintaan suatu produk maka akan semakin tinggi harga produk tersebut, dan semakin tinggi penawaran

produk maka semakin rendah harga produk tersebut. Harga merupakan variabel utama yang harus dikendalikan secara serasi, selaras dengan perusahaan karena segala keputusan yang berhubungan dengan harga akan sangat mempengaruhi aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Harga pokok barang juga akan menunjukkan nilai sebenarnya, dimana harga jual yang terlalu tinggi akan membuat produk kurang kompetitif di pasar, sedangkan harga jual yang terlalu rendah tidak akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.²

Dengan demikian semua keputusan yang berkaitan dengan harga hendaknya harus di pertimbangkan secara sungguh- sungguh serta memperlihatkan aspek internal perusahaan seperti penetapan harga jual. Akan hal itu hendaknya penjual meletakkan harga sesuai dengan tinggi dan rendahnya minat dari pembeli terhadap produk, sehingga dapat membantu pembeli dalam menyediakan barang yang dibutuhkannya dan mendapatkan keuntungan yang pantas dari penjualan produk.

Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan

² Maya widyana dewi, Muryati, "An analysis of production cost effect with order price method on sales pricing of product at PT. Aneka Printing Indonesia in Sukoharjo" International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), Vol 1 (2), 2017, h.1

perkembangan permintaan semakin terbatas. Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam peranan harga sangatlah penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan. Penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

Membahas mengenai penetapan harga (*price fixing*) pada toko Aufa di Kel.Surabaya Kota Bengkulu dapat dilihat maraknya persaingan antara toko-toko yang lain dalam mencari suatu keuntungan dan menarik pelanggan hanya memikirkan keuntungan yang banyak bagi perusahaannya saja tanpa memikirkan apakah ada orang yang dirugikan atau tidak. Maka dari itu ketika menetapkan suatu harga barang harus sesuai dengan harga yang ditentukan, sehingga tidak merugikan satu sama lain, serta pembeli semakin bertambah tanpa berkurang karena kepuasan dalam membeli suatu barang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Penerapan *Price Fixing* Pada Toko Aufa Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari adanya perluasan masalah yang akan dibahas pada topik yang dipersoalkan maka peneliti membatasi permasalahan ini. Penelitian ini hanya difokuskan

membahas mengenai Penerapan *Price Fixing* pada Toko Aufa perum Griya Asri kel. Surabaya Kota Bengkulu ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan penetapan harga pada toko Aufa perum Griya Asri Kel. Surabaya Kota Bengkulu ?
2. Bagaimana tinjauan perspektif ekonomi Islam mengenai penetapan harga pada toko Aufa perum Griya Asri Kel. Surabaya Kota Bengkulu ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan penetapan harga pada toko Aufa perum Griya Asri Kel. Surabaya Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui apakah penetapan harga ditoko Aufa perum Griya Asri Kel. Surabaya Kota Bengkulu sudah sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kegunaan berupa :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran serta informasi bagi semua pihak terutama masyarakat muslim serta dapat dijadikan referensi ilmiah bagi peneliti selanjutnya. Selain itu penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademika di jurusan ekonomi islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang luas serta mendalami mengenai penetapan harga berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

b. Bagi Toko Aufa

Dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan dan sumbangan pemikiran pengusaha supaya bisa menjadi landasan dan pertimbangan dalam kegiatan usaha khususnya dalam menetapkan harga barang berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

c. Bagi Pembaca

Dapat menjadikan sumber informasi untuk pembaca dalam melakukan kegiatan berbelanja agar lebih memperhatikan kejelasan harga yang ditetapkan oleh penjual.

F. Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Yasir Sadan, yang berjudul : **“Pengambilan keuntungan melalui pembulatan pada bisnis warung internet perspektif UU No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan perspektif Hukum Islam”**, metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengambilan keuntungan melalui pembulatan harga dari biaya pakai warung internet, termasuk dalam pelanggaran ketentuan-ketentuan dari hukum positif dan hukum islam.³

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Sitti Nikmah Marzuki, yang berjudul : **“Penerapan Masalah Dalam Penetapan Harga Penjualan Pada Minimarket di Kabupaten Bone”**. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis pertama (H1) yang membuktikan bahwa *masalah* berpengaruh signifikan terhadap penetapan harga. Secara empiris berapa penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa *masalah* mempunyai pengaruh atau hubungan positif dengan penetapan harga.⁴

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Siti Muslihatun, yang berjudul : **“Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan**

³ Yasir Sadan, Skripsi : *“pengambilan keuntungan melalui pembulatan pada bisnis warung internet perspektif UU No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan perspektif hukum islam”*, jurusan muamalat fakultas syariah. UIN Sunan Kalijaga, 2012.

⁴ Sitti Nikmah Marzuki, *“penerapan masalah dalam penetapan harga penjualan pada minimarket di kabupaten bone”*, (Jurnal Al-Tsarwah, Vol. 4, No. 1, Juni 2021).

Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus fotocopy dan percetakan ammey). Hasil penelitian dan analisis tentang mekanisme penetapan harga jual dan jasa di Fotocopy dan Percetakan Ammey dapat disimpulkan bahwa mekanisme penetapan pembulatan harga menggunakan penetapan harga berbasis keadilan, dan sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli mengambil keuntungan pada tingkat kewajaran. Mereka tidak mengambil keuntungan dari hasil pembulatan harga, namun sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dan kotak amal masjid.⁵

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Szasza Jalawida, yang berjudul : **“Penetapan Harga Terhadap Jual beli Makanan dengan Sistem Prasmanan Dalam Perpspektif Hukum Islam (Studi di Rumah makan Ma’cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengah)”**. Hasil penelitian di rumah makan Ma’ Cik Ana ini telah mencantumkan harga makanan yang dijual tapi setelah pembeli ingin membayar makanan tersebut justru harganya tidak sesuai dan jauh lebih mahal dari yang telah dicantumkan oleh rumah makan tersebut dengan alasan harga untuk pembeli makan ditempat dan dibungkus itu berbeda sedangkan umumnya yang menjadi

⁵ Siti Muslihatun, *“Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam ”(Studi Pada Fotocopy dan Percetakan Ammey)*, (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, 2017.

pembeda adalah lauk yang kita beli. Rumah makan Ma' Cik Ana ini menggunakan sistem prasmanan yang dimana pembeli yang datang dipersilahkan untuk mengambil makanan sesuai selera masing-masing, setelah pembeli selesai menyantap makanannya pembeli langsung menuju kasir untuk menyebutkan menu yang dimakan kemudian kasir melakukan perhitungan terhadap makanan yang telah dimakan tersebut dan melakukan pembayaran, terdapat ketidakadilan dalam menentukan harga pada setiap barang yang ditentukan oleh pedagang.⁶

Kelima, Firdaus Rahman. Husni Fuaddi, Jurnal Al-Amwal Vol. 5, No. 2, (2016), yang berjudul : “Strategi penetapan harga pada toko air minum asyyifa kangen water ditinjau menurut perspektif ekonomi islam. Hasil penelitian bahwa tinjauan ekonomi islam terhadap penetapan harga pada toko Assyifa kangen Water, dengan melihat hasil progres pada pengelolaan air tersebut, maka harga yang ditetapkan masih tergolong adil. Tidak merugikan konsumennya karena manfaat dan kualitasnya lebih tinggi, walaupun harga air tersebut melebihi harga pasar yang berdasarkan atas harga toko air minum sejenisnya, karena toko air minum Assyifa mempunyai filter air yang lebih banyak dari pada yang lain. Harga yang ditetapkan berdasarkan

⁶ Szasza Jalawida, “Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi di Rumah makan Ma'cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengan)”, (Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2019).

kualitas dan manfaat yang akan diberikan kepada masyarakat itu diperbolehkan karena masih tergolong harga yang adil, kecuali telah terjadi kecurangan didalamnya.⁷

Table 1.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

NO	JUDUL	PERBEDAAN
1	Pengambilan Keuntungan Melalui Pembulatan Pada Bisnis Warung Internet Persefktif UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Perspektif Hukum Islam, 2012	Terdapat perbedaan yaitu : penelitian ini ditinjau dari perspektif hukum Islam, sedangkan penelitian sekarang mengkaji tentang penetapan harga jual yang menitik beratkan pada konsep keadilan dan kejelasan dalam penetapan harga ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.
2	Penerapan <i>masalah</i> Dalam Penetapan Harga Penjualan Pada Minimarket di Kabupaten Bone	Terdapat perbedaan yaitu : fokus tujuan penelitian ini yaitu penerapan <i>masalah</i> , sedangkan penelitian sekarang fokus tujuan yaitu penerapan <i>Price fixing</i>

⁷ Firdaus Rahman. Husni Fuaddi, “Strategi Penetapan Harga Pada Toko Air Minum Assyifa Kangen Water ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, (Jurnal Al-Amwal Vol. 5, No. 2, 2016) .

3	<p>Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Fotocopy Dan Percetakan Ammey)</p>	<p>Terdapat perbedaan yaitu : penelitian ini mengkaji permasalahan sistem penetapan harga yang dilakukan oleh fotocopy dan percetakan ammey, sedangkan penelitian sekarang mengkaji penetapan harga yang dilakukan oleh toko aufa kota Bengkulu ditinjau dari perspektif ekonomi Islam</p>
4	<p>Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi di Rumah makan Ma'cik Ana Gunung Sugih)</p>	<p>Terdapat perbedaan yaitu : penelitian ini membahas praktik penetapan harga dalam jual beli yang ditinjau dalam perspektif hukum Islam, sedangkan penelitian sekarang membahas penetapan harga ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, serta perbedaan objek penelitian</p>

5	Strategi Penetapan Harga Pada Toko Air Minum Assyifa Kangen Water Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam	Terdapat perbedaan yaitu : penelitian terdahulu menggunakan strategi sedangkan penelitian sekarang menggunakan penerapan. Serta terdapat perbedaan di objek penelitian.
---	---	---

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dimana penelitian ini mencari data secara langsung ke lapangan, dalam hal ini terhadap Toko Aufa Kec.Surabaya Kota Bengkulu. Penelitian deskriptif, ialah penelitian yang menggambarkan data dan informasi di lapangan berdasarkan fakta yang diperoleh dilapangan secara mendalam.⁸

b. Pendekatan Penelitian

Deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan peneliti untuk meneliti kondisi objek yang alamiah. Sehingga hasil data tidak diolah secara angka melainkan diolah secara deskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan empiris, yaitu subjek kajian

⁸ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Rajagrafindo, 2004), h. 76

melakukan pengamatan langsung ke lapangan.⁹ Peneliti mengadakan kunjungan pada Toko Afa Kota Bengkulu dan berkomunikasi dengan pemilik toko dan karyawan.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.15

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai dengan bulan April 2022.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Toko Aufa Kota Bengkulu terletak di Jl. Halmahera, Perum Griya Asri, Sungai serut, Kota Bengkulu, Bengkulu 38119. Toko Aufa adalah sebuah Pertokoan yang berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh Ibu Liswita. Lokasi penelitian ini dipilih karena berada di dalam perumahan yang berada jauh dari pasar tradisional. Sehingga peneliti dapat lebih mudah meneliti mengamati bagaimana Penerapan *Price Fixing* yang diterapkan oleh Toko Aufa Kota Bengkulu, terlebih dalam perspektif Ekonomi Islam.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah sumber utama untuk memperoleh data. Adapun yang dijadikan informan penelitian ini adalah :

- a. Pemilik toko aufa, 1 orang berjenis kelamin perempuan

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yang akan penulis gunakan yaitu sumber data primer dan data sekunder :

1) Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama.¹⁰ Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan wawancara langsung dengan pembeli, dan pemilik toko afa kota Bengkulu.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk memberikan keterangan tambahan yang berguna memperkuat data utama, baik yang berupa informasi dari manusia atau benda seperti buku, surat, koran, majalah, website.¹¹

b. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara sebagai berikut :

1) Observasi

Metode observasi adalah pengamatan kegiatan sehari-hari dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu. observasi atau pengamatan sesungguhnya metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & B*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.255

¹¹ Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2019), h.158

menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.¹²

2) Wawancara

Wawancara ialah teknik mengumpul data, agar memperoleh keterangan-keterangan lisan dari objek penelitian dengan melakukan komunikasi tatap muka atau secara langsung, yang masuk pada tempat yang dituju, kecuali untuk lingkungan subjek yang benar-benar spesifik.

(1) Pemilihan model pengamatan terbuka

Observasi atau pengamatan dilakukan secara terbuka tidak terselubung. Pengamatan secara terselubung harus dihindari karena peneliti tidak akan mempunyai tanggung jawab terhadap profesinya, dan penelitian seperti itu akan dapat merugikan subjek yang diteliti.

a. Tahap memasuki lapangan

Ketika peneliti memasuki lapangan, peneliti harus mampu membangun hubungan dengan subjek atas dasar kepercayaan satu sama lain, dan harus adanya saling tukar informasi yang bebas dan terbuka untuk menghindari *miscommunication*. Peneliti juga harus bersikap netral agar bisa diterima dan dianggap tidak membawa dampak buruk bagi subjek. Peneliti hendaknya bersifat relatif pasif

¹²Burhan Bungin, *PENELITIAN KUALITATIF komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, ed 2, (Jakarta: Kencana, 2007), h.118

selama melakukan tugas dilapangan, tidak mengajukan pertanyaan yang mungkin akan membuat subjek merasa pada posisi defensif. Peneliti juga harus menjelaskan maksud dan tujuannya berasa di lingkungan subjek penelitiannya. Waktu penelitian juga perlu dibatasi, agar informasi yang dikumpulkan tidak terlalu banyak. Untuk itu hal-hal yang perlu dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

(1) Menjalinkan hubungan

Menurut Bogdan & Suwandi, peneliti harus mencoba memperkecil pengaruh kehadirannya dengan cara menjalin hubungan baik dengan subjek agar peristiwa pada waktu pengamatan tidak canggung atau jauh berbeda dengan waktu-waktu sebelumnya.

(2) Mempelajari bahasa subjek

Menurut Basrowi & Suwandi, diantara aspek pengamatan yang penting yaitu mempelajari bagaimana bahasa subjek. Peneliti juga harus mulai dengan dasar pemikiran bahwa setiap kata dan lambang yang dipakai peneliti mungkin mempunyai arti yang berbeda dengan subjek. Peneliti hendaknya menyesuaikan dengan bahasa yang digunakan subjek penelitiannya.

(3) Membuat catatan lapangan hasil pengamatan

Catatan lapangan yaitu usaha pengamat untuk mencatat segala sesuatu tentang apa yang diamati, catatan lapangan ini perlu disusun secara lengkap, akurat, terperinci, dan sistematis, dan ditulis setiap selesai melakukan observasi ataupun komunikasi dengan subjek.

(4) Melakukan Wawancara

Saat wawancara dilakukan, peneliti perlu menyusun pedoman wawancara, yang mana harus disesuaikan dengan jenis wawancara dan bersifat jawaban yang diharapkan bisa memberikan data/keterangan dan informasi kepada peneliti. Wawancara juga bisa diartikan yaitu proses untuk memperoleh keterangan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara)¹³. Teknik tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Wawancara yang dilakukan dalam metode kualitatif cenderung tidak formal tapi seperti obrolan-obrolan santai. Bersifat mendalam dan segala sesuatu dikembangkan sendiri oleh penelitinya.¹⁴

3) Dokumentasi

¹³ NazirMoh, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h.93-94

¹⁴ Mudjaharin Thahir, *Memahami Kebudayaan, Teori, Metodologi, dan Aplikasi*, (Semarang: Fasiondo Press, 2007), h.58

Dokumen ialah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁵ Peneliti juga akan menggunakan metode dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan gambar. Teknik ini digunakan sebagai pelengkap dalam pengumpulan data dari hasil observasi dan wawancara yang berguna untuk hasil penelitian. Dokumentasi merupakan pengumpulan atau pemberian bukti-bukti dan keterangan (kutipan dan bahan referensi lain). jelas dikarenakan data yang ditemukan dilapangan cukup banyak sehingga harus disaring menjadi lebih terarah.

a. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data diperoleh, langkah selanjutnya yaitu penyajian data, dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, tabel, grafik, hubungan katagori, dan sejenisnya. Menurut Sugiyono dengan melakukan penyajian data akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.¹⁶

b. *Conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan)

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.231

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung, Alfabeta Cv, 2014), h.341

Langkah terakhir yang dilakukan dalam analisis kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dapat menjawab rumusan masalah sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara dan akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Bogdan dan Taylor menganalisis data model fenomenologi yaitu analisis yang mencoba mencari pemahaman (*understanding*) dengan cara melakukan pengamatan partisipasi, wawancara terbuka, dan dokumen. Hal ini berbeda dengan pandangan positivisme yang mencoba mencari fakta atau sebab- musabab terjadinya suatu gejala melalui metode *survey-quesioer*, *inventori*, dan analisis demografis, dalam mengetahui hubungan antara variabelnya.

Bogdan dan Taylor mengatakan, bahwa metode fenomenologi ini terdiri dari tiga cara. Yaitu : tahap pralapangan, tahap di lapangan, dan tahap analisis data.

b. Tahap pralapangan

(2) Proses pengamatan awal

Peneliti membawa diri dalam kehidupan subjek, dengan pengenalan diri dan bersatu dengan subjek agar dapat memahami fenomena menggunakan pemikiran subjek tersebut. Dengan langka-langkah

yang dimulai dari observasi tempat penelitian dan mengamati subjek, lingkungan, serta kegiatan subjek, tanpa adanya interaksi ataupun wawancara. Bertujuan untuk mencari gambaran umum dengan cara cepat tentang subjek yang akan diteliti.

(3) Menyusun pedoman pengamatan

Peneliti menentukan jenis pengamatan dan wawancara apa yang akan dilakukan. Pedoman yang disusun disesuaikan dengan jenis kegiatan penelitian yang akan dilakukan.

(4) Pemilihan lokasi penelitian

Perlu adanya pemilihan lokasi penelitian yang sesuai dengan syarat substantif maupun minat peneliti. Peneliti tidak boleh memilih lokasi yang adanya juru kunci agar bisa membawa peneliti. Daftar pertanyaan wawancara perlu disiapkan sebelumnya, meskipun tidak menutup kemungkinan jika pertanyaan tersebut tidak cocok dengan subjek penelitiannya, sehingga perlu disesuaikan.

(5) Mengumpulkan dokumen pribadi

Dokumen pribadi yaitu deskripsi tentang kehidupan dan pandangan serta pemikiran seseorang tentang suatu kejadian atau topik tertentu, yang bisa berwujud surat pribadi, buku, otobiografi, dan semacamnya. Dokumen ini bisa dimanfaatkan sebagai sumber data

sekunder.¹⁷ Spradley mengatakan mencakup penelitian beratahap (*developmental research sequence*) yaitu (1) menetapkan informan; (2) melakukan wawancara terhadap informan; (3) membuat catatan etnografis; (4) mengajukan pertanyaan deskriptif; (5) melakukan analisis wawancara etnografis; (6) membuat analisis domain; (7) mengajukan pertanyaan struktural; (8) membuat analisis taksonomi; (9) mengajukan pertanyaan kontras; (10) membuat analisis komponensial; (11) menemukan tema budaya; dan (12) menulis etnografi

H. Sistematika Penulisan

Dalam rencana penelitian ini, agar mempermudah pemahaman isi laporan penelitian dari awal sampai akhir, maka sistematika penulisannya penulis uraikan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, menguraikan dari latar belakang masalah yang berisi tentang masalah yang akan diteliti, kemudian perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori, bab ini meliputi pembahasan mengenai pengertian pengertian penetapan harga, tujuan

¹⁷ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Ed. 1. (Surakarta : Farida Nugrahani, 2014 M), h.183-189

penetapan harga. Metode penetapan harga dan penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam.

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian, menjelaskan secara umum tentang objek penelitian, sejarah.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini akan dibahas hasil penelitian, sub bab pertama tentang hasil penelitian, sub bab kedua pembahasan.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan yaitu berisi pemaparan berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang dilakukan. Sedangkan saran yaitu sebagai bahan pemikiran dari penyusun dengan harapan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Price Fixing*

1. Penetapan Harga

Penetapan harga ialah salah satu bentuk pelanggaran terhadap aturan persaingan sebab sikap kesepakatan harga akan secara pribadi menghilangkan persaingan yang seharusnya terjadi diantara perusahaan-perusahaan pada pasar dalam kondisi persaingan, harga akan terdorong turun mendekati porto produksi serta jumlah produksi pada pasar pula semakin tinggi dan lebih efisien sebagai akibatnya kesejahteraan pun akan meningkat, tetapi saat perusahaan-perusahaan melakukan kesepakatan harga maka harga akan naik jauh diatas produksi. Tentu kenaikan harga ini berpengaruh akan penurunan kesejahteraan konsumen.¹⁸

Dalam *Black's Law Dictionary*, *price fixing* dikatakan sebagai “*a combination formed for the purpose of and the with the effect of raising, depressing, fixing, pegging, or distabilizing the price of commodity*”. Sedangkan dalam kamus edisi kedua yang disusun oleh Christopher Pass dan Bryan Lowes, penetapan harga diartikan sebagai penentuan suatu harga (*price*) umum untuk suatu barang atau jasa oleh suatu kelompok pemasok yang bertindak secara bersama-sama,

¹⁸ Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha “Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga dalam Persaingan Usaha,”* (Malang: Setara Press, 2013), h.46

sebagai kebalikan atas pemasok yang menetapkan harganya sendiri secara bebas.¹⁹

Persaingan dalam harga akan menyebabkan terjadinya harga pada tingkat yang serendah mungkin, sehingga memaksa perusahaan memanfaatkan sumber daya yang ada seefisien mungkin. Sebaliknya, dengan ada penetapan harga, para pelaku usaha yang terlibat dalam perjanjian penetapan harga kemungkinan dapat mendiktekan atau memaksakan harga yang diinginkan secara sepihak kepada konsumen, dimana biasanya harga yang di ditekan kepada konsumen merupakan harga yang berada diatas kewajaran. Bila hal tersebut dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang berada di dalam pasar yang bersangkutan, hal ini dapat membuat konsumen tidak memiliki alternatif yang luas kecuali harus menerima barang dan harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha yang telah melakukan perjanjian penetapan harga tersebut.²⁰

Pada literatur ilmu ekonomi, sikap penetapan harga (*price fixing*) antara pelaku usaha yang sedang bersaing pada pasar adalah salah satu bentuk kongkalikong. Kongkalikong merujuk pada situasi dimana pelaku usaha yang terdapat di pasar melakukan koordinasi atas tindakan-tindakan mereka yang bertujuan untuk memperoleh laba yang lebih tinggi.

¹⁹ Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 27

²⁰ Andi Fahmi Lubis II dkk, *Hukum Persaingan Usaha Buku Teks Edisi Kedua*, (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017), h.68

Koordinasi pada dalam kongkalikong tadi dipergunakan untuk menyepakati beberapa hal, antara lain:²¹

1. Kesepakatan penetapan harga tertentu yang lebih tinggi dari harga yang diperoleh melalui mekanisme persaingan;
2. Kesepakatan penetapan kuantitas tertentu yang lebih rendah dari kuantitas dalam situasi persaingan;
3. Kesepakatan pembagian pasar

Price fixing mampu terjadi secara vertikal serta horizontal serta sangat diklaim sebagai kendala perdagangan sebab membawa dampak buruk terhadap persaingan harga. Jika *price fixing* dilakukan, kebebasan untuk menentukan harga secara independen menjadi kurang. *Price fixing* secara horizontal terjadi bila lebih dari satu perusahaan yang berada pada termin produksi yang sama serta sebenarnya saling merupakan pesaing, menentukan harga jual produk mereka pada taraf yang sama. Sedangkan *price fixing* secara vertikal terjadi jika satu perusahaan yang berada dalam tahap produksi tertentu, memilih harga produk yang wajib dijual oleh perusahaan lain yang berada dalam termin produksi yang lebih rendah. sebagai model sederhana, jika sebuah perusahaan distributor menentukan harga barang yg wajib dijual pada konsumen oleh pengecer, terjadilah *vertical price fixing*.²²

²¹ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), h.225

²² Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002),h.40

Menurut Swastha; Risnawati, Sumarga, & Purwanto, harga merupakan sejumlah uang (bisa ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Alma, menyebutkan bahwa harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Pada umumnya, harga merupakan nilai suatu barang yang akan dibayar oleh konsumen. Menurut Angiopora, harga (*price*) merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk. Payne, mengemukakan harga dibuat dengan menambah persentasi *mark-up* pada biaya atas manfaat-manfaat dalam memakai atau menggunakan suatu jasa dan produk. Sedangkan menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.²³

Dalam hal ini untuk menentukan harga produk agar sesuai dengan nilai manfaat yang diterima pembeli. Jika harga yang ditetapkan lebih tinggi dari nilai manfaat yang diterima konsumen, maka toko eceran berpeluang besar kehilangan kemampuan untuk meraup keuntungan, meskipun harga terlalu rendah dari nilai manfaat yang akan diterima konsumen, perusahaan mungkin mengalami kegagalan untuk mencapai

²³ Ahmad,Umar Syarif, “Faktor-faktor yang menentukan loyalitas pelanggan”, International Journal Administration, Business and Organization (IJABO), Vol 1 (1), 2020, h.12-13

keuntungan. Ahmad & Syarif, menjelaskan bahwa harga adalah suatu nilai yang harus dikorbankan oleh pelanggan untuk memiliki, menggunakan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya.²⁴

2. Tujuan Penetapan Harga

Produsen tentu memiliki strategi sendiri untuk menentukan aspek-aspek yang dikira penting bagi setiap proses produksinya terutama dalam penetapan harga produsen dan pastinya memiliki tujuan. Hal ini sesuai dengan pendapat Sofjan Assauri dalam bukunya, Tujuan dari strategi penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Ada beberapa tujuan penetapan harga, yaitu::

a. Memperoleh keuntungan yang banyak. Tujuan ini dicapai dengan cara menentukan tingkat harga yang memperhitungkan total pendapatan penjualan dan total biaya (*sales revenue*). Dalam hal ini, perusahaan menetapkan harga untuk memperoleh tingkat keuntungan (*rate of return*) paling memuaskan.

b. Mendapatkan *share* pasar tertentu. Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga untuk mendapatkan atau meningkatkan *share* pasar, meskipun mengurangi tingkat keuntungan pada masa itu. Strategi ini dilakukan perusahaan

²⁴ Faris Zikrurrahman dkk, “ The Effect of Product Completeness and Pricing on Consumer Purchase Decisions at Nano Stores During the COVID-19 Pandemic in Bandung Regency, Indonesia.” *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, Vol 2 (1), 2021, h.37d\

karena perusahaan percaya bahwa jika *share* pasar bertambah besar, maka tingkat keuntungan akan meningkat pada masa depan. Tujuan mendapatkan *share* pasar untuk mencapai kenaikan tingkat keuntungan di masa depan akan dapat tercapai apabila:

- 1) Pasar peka (*sensitive*) terhadap harga, sehingga harga yang rendah dapat mendorong pertumbuhan pasar yang pesat.
- 2) Biaya produksi dan distribusi per satuan (unit) akan menurun secara berarti (cukup besar) dengan meningkatkan produksi dan penjualan.
- 3) Harga yang rendah akan mendesak pesaing potensial yang ada sehingga membendung kemungkinan masuknya pesaing lainnya.

c. Memerah pasar (*market skimming*). Perusahaan mengambil manfaat memperoleh keuntungan dari bersedianya pembeli membayar dengan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain, karena barang yang ditawarkan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi mereka. Jadi, dalam hal ini perusahaan menetapkan harga yang tinggi, karena hendak menarik manfaat dari sekelompok besar pembeli yang bersedia membayar harga tinggi, yang disebabkan produk perusahaan tersebut mempunyai nilai sekarang (*present value*) yang tinggi bagi mereka.

d. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu. Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimumkan penerimaan penjualan pada masa itu. Penetapan harga dengan tujuan ini biasanya terdapat pada perusahaan yang mungkin dalam keadaan kesulitan keuangan atau perusahaan yang menganggap masa depannya suram atau tidak menentu.

e. Mencapai keuntungan yang ditargetkan. Perusahaan menetapkan harga tertentu untuk dapat mencapai tingkat laba yang berupa *rate of return* yang memuaskan. Meskipun harga yang lebih tinggi dapat memberikan atau menghasilkan tingkat laba yang lebih besar, tetapi yang berlaku (*conventional*) bagi tingkat investasi dan risiko yang ditanggung.

f. Mempromosikan produk. Perusahaan menetapkan harga khusus yang rendah untuk mendorong penjualan bagi produknya, bukan semata-mata bertujuan mendapatkan keuntungan yang besar. Dalam hal ini perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah bagi produk yang populer untuk menarik sebanyak mungkin pembeli (*loss-leader pricing*) dengan harapan pembeli selanjutnya akan tertarik untuk membeli produk-produk lain. Sebaliknya perusahaan dapat pula menetapkan harga yang tinggi pada produknya

untuk memberi kesan bahwa produk itu merupakan produk yang bermutu tinggi (*prestige pricing*).²⁵

3. Strategi Penetapan Harga Jual

Dalam Islam permasalahan strategi masuk dalam kelompok *ta'auqli*.²⁶ Islam memberikan peluang untuk manusia melakukan berbagai inovasi terhadap bentuk-bentuk muamalah yang mereka butuhkan dalam kehidupan mereka, dengan syarat ialah bentuk muamalah hasil inovasi tidak keluar dari prinsip-prinsip yang ditentukan oleh Islam,²⁷ dalam hal ini termasuk strategi penentuan harga.

Sebagaimana yang dikutip oleh Irine Dianas Sari Wijayanti dalam bukunya berjudul *Manajemen* berasal dari kata Yunani *stratageia* (*stratys = militer dan or = memimpin*), yang berarti seni ilmu untuk menjadi seorang jenderal.²⁸ Strategi menurut bahasa adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²⁹ Jadi strategi merupakan ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber

²⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h.224-227

²⁶ Nasrul Haroen, *perdagangan saham di bursa efek tinjauan hukum islam*, (jakarta: Yayasan Kalimat, 2002), h.28

²⁷ Nasrul Haroen, *perdagangan saham di bursa efek tinjauan hukum islam*, (jakarta: Yayasan Kalimat, 2002), h.16

²⁸ Irine diana sari wijayanti, *manajemen*, (Jogjakarta: Mitra Cendikia Press, 2008), h.61

²⁹ WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), h.965

daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara sesungguhnya dalam bisnis.³⁰

Strategi menurut Gerald Michaelson dalam bukunya *Sun Tzu Strategi Untuk Penjualan*, adalah suatu rencana yang akan ditetapkan dengan melakukan berbagai hal yang tepat.³¹

Menurut Sondong P. Siagian dalam bukunya *Manajemen*, strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan implementasi oleh seluruh jajaran atau organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.³² Strategi Philip Kotler dalam bukunya *Marketing*, adalah wujud rencana yang terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.³³ Basu swasta dalam bukunya *Manajemen Pemasaran Modern*, strategi ialah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Juga didefinisikan sebagai suatu proses yang menentukan arah yang perlu dituju oleh organisasi untuk memenuhi misinya.³⁴

Penetapan harga juga menjadi persoalan rumit ketika sebuah perusahaan salah atau tidak mengetahui strategi dalam penetapan harga jual produknya. Hal ini sesuai dengan pendapat Rudianto dalam bukunya:

³⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), Cet. Ke-1, h.29

³¹ Gerald A. Michaelson dan Steven W. Michaelson, *Sun Tzu Strategi Untuk Penjualan* (Batam: Karisma Publishing Group, 2004), h.8

³² Sondong P. Siagian, *Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), h.15

³³ Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1994),h.7

³⁴ Basu swasta dan irwan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Jogjakarta: Liberty, 2005), Cet ke-2, h.5

Persoalan rumit yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah memutuskan harga jual produk perusahaan, sebab hal ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Harga jual yg terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk, sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan dan untung yg cukup. sebaliknya, harga jual yang terlalu rendah akan menghasilkan perusahaan tak mampu mencapai untung yang direncanakan.

Penetapan harga jual produk memerlukan aneka macam pertimbangan yg terintegrasi. Mulai biaya produksi, biaya operasi, goal untung yg diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk. karena itu, penentuan harga jual produk perusahaan harus menjadi kebijakan yang wajib dan benar-benar dipertimbangkan secara matang serta terintegrasi. Kebijakan harga yang dipilih perusahaan akan berpengaruh secara eksklusif terhadap berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuannya.³⁵

Dari bererapa definisi para ahli, disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana tentang upaya untuk dicapainya tujuan perusahaan yang ada dan lingkungan yang akan dihadapi. Sebab setiap kegiatan membutuhkan perencanaan atau strategi

³⁵ Rudianto, *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*, (Jakarta; Erlangga, 2013), h.127-128

yang efektif untuk bisa mencapai tujuan yang diinginkan. Akan hal itu perlu dipikirkan tentang apa yang dapat dilakukan dengan baik sehingga dapat mencapai sasaran yang dituju.

Dalam ekonomi Islam diperbolehkan menggunakan berbagai strategi untuk menetapkan harga pada suatu produk. Selama strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara bathil, tidak melakukan penipuan dan kebohongan dan juga tidak menzalimi pihak lain. Sehingga, tipu daya dalam strategi terutama dalam penentuan harga itu dilarang dalam Islam karena tipu daya mengandung penipuan, kecurangan, dan kezaliman. Ketika hal ini dilarang oleh Allah SWT karena itu dalam strategi penentuan harga haruslah senantiasa terbebas dari tipu daya.³⁶

B. Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Penetapan harga dilarang dalam agama islam sebagaimana dikatakan Rasulullah SAW. Hal ini sesuai dengan pendapat Nurul Huda dalam bukunya:

Distorsi harga ketika kaum Qurais menetapkan penutupan ekonomi terhadap umat Islam kenaikan harga di Madinah. Rasulullah menyatakan Allah adalah Dzat yang menentukan dan mengatur harga, penahan, pencurah serta penentu rezeki, aku berharap Tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.

³⁶ Muhammad Syukir Sula, *Asuransi Syari'ah Life An General*, (Jakarta: Gema Insasi, 2004), h.440

Abu Yusuf (731-798), dalam kitabnya yang terkenal *Al-Kharaj*. Abu Yusuf merupakan ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Ia misalnya memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Pemahaman saat itu mengatakan bahwa bila tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya. Pada kesimpulan Abu Yusuf menyatakan murah atau mahal suatu harga merupakan ketentuan Allah. Ibnu Taimiyah (1263-1328), dalam kitabnya *Majmu Fatawa Syakh Al-Islam dan kitab Al-Hisbah fi Al-Islam*. Ibnu Taimiyah menyatakan perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau permintaan ditentukan oleh selera dan pendapatan dan menurut Ibnu Taimiyah bila seluruh transaksi sudah sesuai dengan aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.³⁷

C. Penetapan Harga Menurut Tokoh Islam

1. Penetapan Harga Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun membagi barang menjadi dua jenis, ialah barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan populasinya bertambah banyak (kota besar), maka pengadaan barang kebutuhan pokok akan mendapat prioritas pengadaan.

³⁷ Huda, Nurul, *et.al, Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, Cet. 2, Ed. 1, (Jakarta: Kencana, 2009, h.230-231

Dampaknya, penawaran meningkat dan ini berarti turunya harga. Ia juga menjelaskan tentang mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan. Lebih rinci, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan.³⁸

Menurutnya harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Kecuali satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harga menjadi tinggi, kebalikannya jika suatu barang berlimpah maka harganya menjadi rendah.³⁹

2. Penetapan Harga menurut Imam Yahya bin ‘Umar

Menurut Yahya bin Umar, aktivitas ekonomi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari ketaqwaan seorang muslim dari Allah SWT. Ini berarti ketaqwaan merupakan asas dalam perekonomian Islam sekaligus faktor utama untuk membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional. Oleh karena itu, di samping Al-Qur'an setiap muslim harus berpegang teguh pada sunnah dan mengikuti seluruh perintah Nabi Muhammad SAW, dalam melakukan aktivitas ekonominya. Ia menyatakan bahwa keberkahan akan

³⁸ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), h.92

³⁹ Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Ed, 1, cetakan ke-1, (Jakarta: Kencana, 2014), h.223

selalu menyertai orang-orang yang bertaqwa, firman Allah SWT Q.s Al-a'raf : 96 :

وَلَوْ أَنَّهُمْ آتَيْنَاهُمُ الْآيَاتِ الْكُرْبَىٰ وَآمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ ۚ وَالْآرَاضِ وَلَكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ

Artinya : “Dan sekiranya penduduk negeri beriman dan bertaqwa pasti Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi ternyata mereka mendustakan (ayat-ayat Kami), maka Kami siksa mereka sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan.” (Q.S Al-a'raf: 96)

Ketertarikan Yahya bin Umar tertuju pada hukum-hukum pasar yang terefleksikan dalam pembahasan tentang *ta'sir* (penetapan harga). Oenetapan harga (*al-ta'sir*) merupakan tema sentral dalam kitab *Ahkam al-suq*. Beliau menyatakan bahwa eksistensi harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi dan pengabaian akan menimbulkan kerusakan dalam kehidupan masyarakat.⁴⁰ Berkaitan dengan hal ini, Imam Yahya bin Umar berargumen bahwa *al-tas'ir* (penetapan harga) tidak boleh dilakukan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya berdasarkan sabda Nabi Muhammad SAW. Imam Yahya bin Umar menyatakan

⁴⁰ Adiwarman Azwar karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006) Ed. 3,h. 286

bahwa pemerintah tidak boleh melakukan intervensi pasar, kecuali dua hal, yaitu :

- a) Para pedagang tidak menjual barang dagangan yang sangat dibutuhkan masyarakat sehingga dapat menimbulkan kemudharatan serta merusak mekanisme pasar.
- b) Para pedagang melakukan praktek *siyasaḥ al-ighraq* atau banting harga (*dumping*) yang dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat sehingga dapat mengacaukan stabilitas harga pasar.

Pelarangan terhadap praktik *tas'ir* (penentuan harga) tersebut sekaligus menunjukkan bahwa sesungguhnya Yahya bin Umar mendukung kebebasan ekonomi termasuk kebebasan kepemilikan. Sikap Rasulullah SAW yang menolak melakukan penentuan harga juga merupakan indikasi awal bahwa ekonomi Islam tidak hanya terbatas mengatur kepemilikan khusus, tapi juga menghormati dan menjaganya. Tentu saja kebebasan ekonomi yang dimaksud adalah bukan kebebasan mutlak seperti yang dikenal dalam ekonomi konvensional, tetapi kebebasan yang terikat oleh syari'ah Islam.⁴¹

3. Penetapan Harga Abu Yusuf

Dalam analisis ekonomi Abu Yusuf pada masalah penetapan harga (*tas'ir*). Beliau menentang penguasa yang

⁴¹ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006), h.287-288

menetapkan harga. Pendapatnya didasarkan pada hadist Rasulullah SAW,

"Pada masa Rasulullah SAW, harga-harga melambung tinggi. Para sahabat mengadu kepada Rasulullah dan memintanya agar melakukan penetapan harga. Rasulullah SAW. Bersabda, tinggi-rendahnya harga barang merupakan bagian dari ketentuan Allah, kita tidak bisa mencampuri urusan dan ketetapan-Nya"

Harus diketahui, para penguasa pada periode itu umumnya memecahkan masalah kenaikan harga dengan menambah suplai bahan makanan dan mereka menghindari kontrol harga. Kecendrungan yang ada dalam pemikiran ekonomi Islam adalah membersihkan pasar dari praktik penimbunan, monopoli, dan praktik korup lainnya dan kemudian membiarkan penentuan harga kepada ketentuan permintaan dan penawaran. Abu Yusuf tidak dikecualikan dalam hal kecenderungan ini.⁴²

Penetapan harga menurut Abu Yusuf juga tidak ada batasan khusus tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Karena ada batasan yang mengaturnya, prinsipnya tidak bisa diketahui murah bukan karena melimpahnya barang, demikian juga mahal tidak disebabkan kelangkaan barang. Ia berpendapat harga tidak bergantung pada penawaran saja, tapi juga bergantung pada kekuatan permintaan oleh karena itu,

⁴² Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Ed. 4*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.211

peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan penurunan atau peningkatan produksi. Beliau juga menegaskan bahwa ada beberapa variabel lain yang mempengaruhi tapi ia tidak menjelaskan dengan rinci. Bisa jadi variabel itu merupakan pergeseran dalam permintaan atau jumlah uang yang beredar di suatu negara, penimbunan dan penahanan barang atau semua hal tersebut.⁴³

4. Penetapan Harga Al-Ghazali

Al-Ghazali berbicara mengenai harga yang berlaku, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, salah satu konsep yang kemudian dikenal sebagai *at-tsaman al 'adil* (harga yang adil) dikalangan ilmuwan muslim atau *equilibrium price* (harga keseimbangan) dikalangan ilmuwan kontemporer.⁴⁴ Beliau juga memperkenalkan teori permintaan dan penawaran, jika petani tidak mendapatkan pembeli, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah, dan harga dapat diturunkan dengan menambah jumlah barang dipasar. Al-Ghazali juga memperkenalkan elastisitas permintaan, ia mengidentifikasi permintaan produk makanan adalah *inelastic*, karena makanan adalah kebutuhan pokok.⁴⁵

⁴³ Yadi Janwari, *Pemikiran Ekonomi Islam Dari masa Rasulullah hingga masa Kontemporer*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), h.113

⁴⁴ Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed, 3, Cet, Ke-2, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.290

⁴⁵ Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Cet, Ke-1*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h.228

5. Penetapan Harga Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah berpendapat, kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi keadilan (*nafs al-adl*) ia membedakan dua jenis harga yang adil dan disukai. Dengan mempertimbangan harga yang setara sebagai harga yang adil. Dalam *Majwu Fatawa*-nya Ibnu Taimiyah mendefinisikan *equivalen price* sebagai harga baku dimana penduduk menjual barang-barang mereka dan secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus. Sementara dalam *al-Hisbah*, beliau menjelaskan bahwa *equivalen price* ini sesuai dengan keinginan atau persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan bebas, kompetitif, dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan. Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kzaliman) hingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya dengan adil, penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.⁴⁶

⁴⁶ Pusat pengkajian dan pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet, Ke-6, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)

Penetapan harga juga ditegaskan dalam sebuah hadis, yang mana penetapan harga diharamkan. Sebagaimana dikatakan dalam sebuah hadis Anas bin Malik ra:

Dari Anas bin Malik ra. dia berkata : “Harga barang menjadi mahal pada zaman Nabi SAW, lalu mereka (para sahabat) berkata, ‘Wahai Rasulullah, harga telah menjadi mahal maka tetapkanlah harga untuk kami.’” Lalu Nabi menjawab: “Sesungguhnya Allah, Dialah yang menetapkan harga itu, Dialah Allah yang melapangkan, Dialah Allah yang menyempitkan, serta Dialah Allah yang memberikan rezeki. Dan sesungguhnya aku berharap agar aku bertemu Allah SWT dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menuntutku di dalam kezaliman terhadap darah maupun kezaliman terhadap harta.” (Sahih, Riwayat Abu Dawud).

Sababul Wurud hadis: Anas r.a meriwayatkan bahwa pada zaman Rasulullah Saw. di Madinah terjadi harga yang membumbung tinggi. Kemudian orang-orang berkata: “Wahai Rasulullah Saw., harga begitu mahal, maka tetapkanlah harga bagi kami. Lalu Rasulullah Saw. bersabda, seperti hadis tersebut. Dan kesimpulannya bahwa *tas’ir* atau penetapan harga adalah haram. Asy-Syaukani menyatakan, bahwa hadis tersebut dijadikan dalil bagi pengharaman dalam penetapan

harga dan bahwa ia (penetapan harga) merupakan suatu kezaliman yaitu penguasa memerintahkan para penghuni pasar agar tidak menjual barang-barang mereka kecuali dengan harga sekian, kemudian melarang mereka untuk menambah ataupun mengurangi harga tersebut. Alasannya bahwa manusia dikuasakan atas mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka. Padahal seorang iman diperintahkan untuk memelihara kemaslahatan umat Islam.⁴⁷

Jika permintaan barang meningkat sedangkan penawaran menurun harga akan naik, sebaliknya kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindak yang adil atau mungkin tindakan yang tidak adil.⁴⁸ Dalam perdagangan terutama dalam islam mempunyai prinsip dalam setiap transaksinya, seperti harus dilandasi dengan rasa keadilan di dalam menjalankan setiap transaksinya. Seperti pendapat Fordebi Adesy dalam bukunya :

Transaksi perdagangan kedua pihak harus saling ikhlas, tidak ada intervensi pihak lain dalam menentukan harga. Pasar dalam keadaan normal, harganya akan turun jika jumlah barang yang ada di pasar ketersediaannya melimpah, sebaliknya harga barang akan naik jika

⁴⁷ Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Cet. 4, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h.198-199

⁴⁸ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah, Anshari Thayib*, (Jakarta: PT Bina Ilmu Offset, 1997), h.12

jumlah barang yang tersedia di pasar sedikit. Beberapa prinsip yang melandasi fungsi pasar dalam masyarakat muslim:

- a) Dalam konsep perdagangan Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran haruslah terjadi secara suka rela.
- b) Mekanisme pasar dalam konsep Islam melarang adanya sistem kerja sama yang tidak jujur. Prinsip monopoli dan oligopoli tidak dilarang dalam Islam selama pelaku tidak mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar.
- c) Bila pasar dalam keadaan tidak sehat, di mana telah terjadi tindak kezaliman seperti penipuan, penimbunan, atau perusakan pasokan dengan tujuan menaikkan harga, maka menurut Ibn Taimiyah pemerintah wajib melakukan regulasi harga pada tingkat yang adil antara produsen dan konsumen tanpa ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi oleh pihak lain.
- d) Praktik perdagangan yang Islami adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan. Perdagangan yang adil dalam konsep Islam adalah perdagangan yang *“tidak menzalimi dan tidak dizalimi”*.⁴⁹

⁴⁹ Fordebi Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Ed. 1, Cet 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.134-137

Perintah Allah SWT untuk bertakwa tertuang sangat jelas dalam firmanya (Q.S. Al-Hasyr [59]:7) :

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.” Q.S. Al-Hasyr [59]:7

Namun lain halnya dalam ilmu fiqh sesuatu baik itu dalam bermuamalah ataupun lainnya terdapat kemudahan di dalamnya. Dalam kajian ilmu fiqh ada yang namanya *azimah* dan *rukhsah* yang mana terdapat berbagai macam ketentuan hukum syariat Islam. Sesuai dengan pendapat Alaidin Koto dalam bukunya :

- a) Pengertian *Azimah*, yang dimaksud dengan *azimah* adalah peraturan-peraturan Allah yang asli dan terdiri atas

hukum-hukum yang berlaku umum. Artinya, hukum itu berlaku bagi setiap *mukalaf* dalam semua keadaan dan waktu biasa (bukan karena darurat atau pertimbangan lain) dan sebelum peraturan tersebut belum ada peraturan lain yang mendahuluinya. Misalnya, bangkai menurut hukum asalnya adalah haram dimakan oleh semua orang. Ketentuan ini disebut juga dengan hukum pokok.

Pengertian *Rukhshah*, yang dimaksud dengan *rukshah* adalah peraturan-peraturan yang tidak dilaksanakan karena adanya hal-hal yang memberatkan dalam menjalankan *azimah*. Dengan kata lain, *rukshah* adalah pengecualian hukum-hukum pokok (*azimah*) sebagaimana disebut sebelumnya. *Rukshah* diberikan oleh *syar'ī* sebagai keringanan bagi *mukalaf* sehingga mereka bebas memilih antara *azimah* dan *rukshah*. Namun, adakalanya pula *rukshah* itu diwajibkan melaksanakannya bila hal itu berkaitan dengan pertimbangan-pertimbangan lain. Misalnya, memakan daging babi merupakan *rukshah* dalam keadaan terpaksa. Artinya, memakan daging babi dalam keadaan sangat terpaksa dan satu-satunya jalan untuk memelihara jiwa maka saat itu diwajibkan hukumnya. Dalam keadaannya demikian, *rukshah* sudah berubah menjadi *azimah*, yaitu wajib menyelamatkan diri

dari kehancuran atau haram membiarkan diri jatuh pada
kecelakaan.⁵⁰

⁵⁰ Alaidin Koto, Ilmu Fiqh dan Ushl Fiqh (Sebuah Pengantar), (Jakarta : PT Rajawali Pers, 2011), h.55-56

Menurut para ahli sepakat bahwa islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. Dalam kegiatan penjualan islami baik yang bersifat barang maupun jasa terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar islam yang bersih.

- b) Penetapan harga jual oleh pasar yang berarti penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang di inginkan.
- c) Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, berarti pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. Perusahaan tidak bisa menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.
- d) Penetapan harga jual yang dicontoh oleh penjual ke perusahaan, maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak harga ditetapkan oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan.

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Toko Aufa

Toko Aufa merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak di bidang yang menyediakan berbagai macam manisan dan makanan-makanan kecil, baju serta kebutuhan rumah tangga lainnya. Toko Aufa berdiri sejak tahun 2015 hingga sekarang pendiri perusahaan atau toko ini yaitu ibu Liswita dan sekaligus sebagai pemilik usaha ini, toko Aufa mempunyai satu karyawan yaitu bertugas sebagai kasir sekaligus penjaga toko. Awalnya ibu liswita mendirikan warung kecil-kecilan yang dimana hanya menjual Mie dan bensin setelah berjalan 2 tahun akhirnya ibu liswita berani untuk membuka toko yang lumayan besar. Toko Aufa berada di Perum Permata Griya Asri, Surabaya, Kec. Sungai Serut, Kota Bengkulu. Yang menjadi target toko Aufa adalah masyarakat didalam perumahan serta orang-orang yang lewat.⁵¹

B. Visi dan Misi Toko Aufa

1. Visi

Menjadi usaha yang produktif, profesional, dan kompetitif di bidangnya.

⁵¹ Liswita. Pemilik Toko Aufa, wawancara pada tanggal 01 maret 2022

2. Misi

- a. Menyediakan produk dan bahan terlengkap, halal, dan berkualitas.
- b. Mengutamakan pelayanan yang nyaman dan memenuhi harapan pelanggan.
- c. Menjunjung tinggi etos kerja islami, kewajiban, dan kedisiplinan.⁵²

C. Struktur Organisasi Toko Aufa

Toko Aufa belum memiliki struktur organisasi secara tertulis, akan tetapi secara umum gambaran mengenai struktur organisasi Toko Aufa telah tersirat dalam wawancara dengan pemilik usaha yang menunjukkan bahwa struktur organisasi Toko Aufa adalah struktur organisasi fungsional. Toko Aufa hanya memiliki satu karyawan yang sudah diberi tugas sebagai kasir, meskipun pembagian tersebut masih tergolong sederhana, dalam menjalankan aktifitas Toko hubungan antara pemilik dengan karyawan lebih bersifat kekeluargaan, sehingga hubungan yang terbentuk lebih ke arah hubungan informal.⁵³

D. Jenis-jenis produk yang dijual Toko Aufa

Adapun berbagai jenis produk yang dijual di Toko Aufa Kota Bengkulu adalah sebagai berikut :

⁵² Liswita. Pemilik Toko Aufa wawancara, pada tanggal 01 Maret 2022

⁵³ Liswita. Pemilik toko Aufa, wawancara pada tanggal 01 Maret 2022

Tabel 3.1

No	Jenis barang yang dijual
1	Makanan ringan
2	pampers
3	mie
4	Alat tulis
5	Kosmetik, parfum
6	Baju, sandal
7	Mainan anak-anak
8	Token listrik
9	Gas elpigi, dll

Sumber : Toko Afa Kota Bengkulu.⁵⁴

⁵⁴ Liswita. Pemilik Toko Afa, wawancara pada 01 Maret 2022

BAB IV

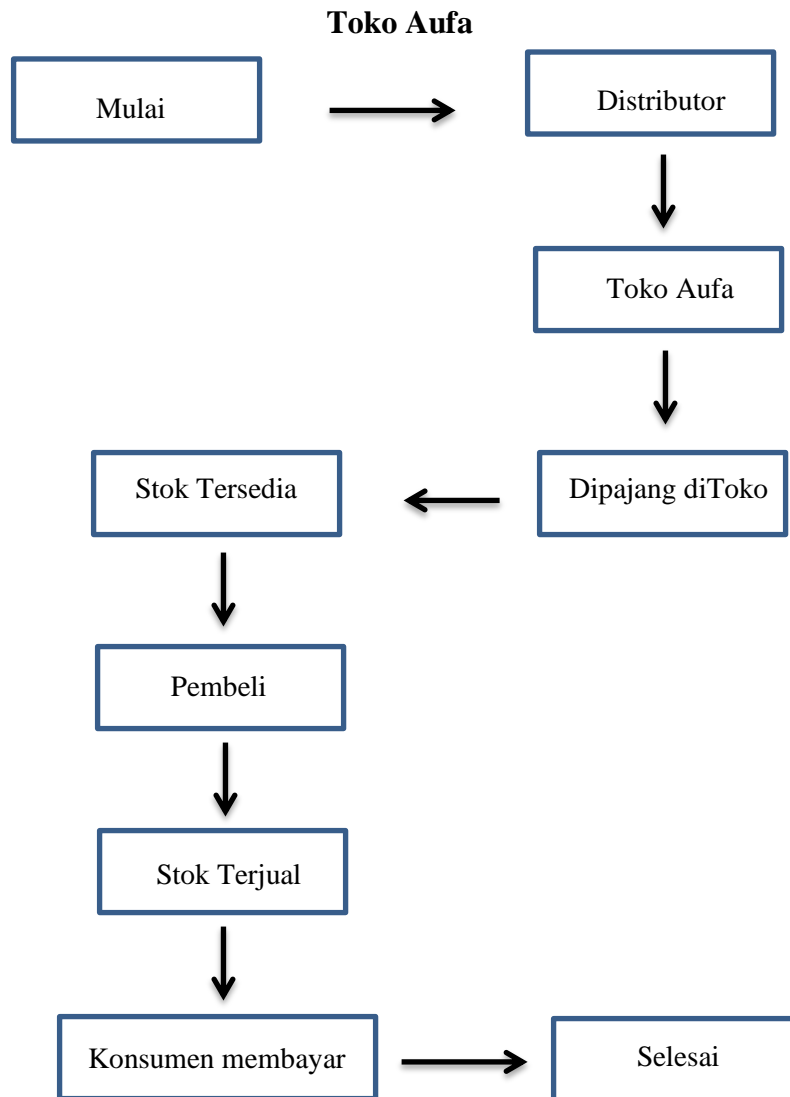
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan *Price Fixing* pada Toko Aufa Kota Bengkulu

Penetapan harga merupakan instrumen yang penting dalam setiap individu yang akan melakukan proses perdagangan (jual beli). Pengetahuan tentang penetapan harga oleh sebagian pedagang dalam melakukan bisnis perdagangan (jual beli) masih banyak yang tidak mengetahuinya, karena sebagian pedagang hanya melakukan penetapan harga dengan berorientasikan pada keuntungan dan kerugian dalam bisnis perdagangannya. Penetapan harga jual yang baik jika produsen mampu menetapkan harga yang tidak menzalimi dirinya maupun konsumen.

Penelitian kualitatif mengharuskan peneliti bukan sebagaimana seharusnya apa yang dipikirkan oleh peneliti tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi dilapangan, yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh sumber data. Pada pembahasan sebelumnya sudah dijelaskan mengenai penetapan harga, sehingga pada bagian ini peneliti akan mengemukakan penemuan dilapangan mengenai penetapan harga yang ditetapkan di Toko Aufa, Perum Griya Asri Kel. Surabaya kota Bengkulu berdasarkan hasil wawancara dengan pihak yang dianggap cakap dan masuk sebagai informan pada penelitian ini.

B. Proses Bisnis Toko Aufa



C. Indikator *Price Fixing* (Penetapan Harga)

1. Keterjangkauan harga

Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

2. Kesesuaian harga

Diartikan sebagai harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

3. Daya saing harga

Merupakan daya yang paling penting dalam seseorang yang berwirausaha karena harga yang lebih murah sedikit dari perusahaan lain akan menarik perhatian calon konsumen.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

Tabel 4.1

**Kesesuaian Informan tentang teori Penetapan Harga pada
Toko Aufa Kota Bengkulu**

No	Teori <i>Price Fixing</i> (Penetapan Harga)	Kesesuaian Informan
1	Ibnu Khaldun : Harga menurut Ibnu Khaldun adalah penawaran dan permintaan. Jadi apabila permintaan meningkat, maka harga pun akan meningkat. Sebaliknya apabila permintaan menurun, maka harga pun akan menurun. Dalam hal ini kemanfaatanlah yang menggerakkan permintaan. Ibnu Khaldun berpendapat pemerintah atau penguasa atau wakilnya tidak diperkenankan menetapkan harga, karena akan merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak	Dalam wawancara kepada pemilik Toko Aufa sudah menerapkan penetapan harga Ibnu Khaldun, karena dalam hal mempertimbangkan harga pemilik toko Aufa melihat wilayah dan selera konsumennya. Dalam hal ini adalah daya beli masyarakat agar dapat membantu pelanggan memperoleh barang yang dibutuhkan dan sesuai dengan permintaan dan kemampuan konsumen.

	lain. Penjual maupun pembeli diberikan kebebasan dalam bertransaksi dan menentukan harga.	
--	---	--

<p>2</p>	<p>Imam Yahya bin ‘Umar : penetapan harga (<i>Al-Tas’ir</i>) tidak boleh dilakukan. Dalam hal yang lebih luas mengenai penetapan harga, ia mengizinkan pemerintah melakukan intervensi apabila memenuhi dua hal: 1. Apabila para pedagang tidak memperdagangkan barang dagangan yang dibutuhkan masyarakat sehingga dapat merusak mekanisme pasar. 2. Jika para pedagang melakukan praktik <i>Siyasah Al-Ighraq</i> atau banting harga (Dumping) yang dapat menimbulkan persaingan tidak sehat dan dapat mengacaukan stabilitas harga. Kesimpulannya penetapan harga yang dilarang oleh Yahya bin Umar adalah kenaikan harga</p>	<p>Toko Aufa tidak menerapkan penetapan harga Imam Yahya bin ‘umar, dikarenakan beliau melarang penetapan harga dan mengizinkan pemerintah melakukan intervensi pasar. Sedangkan Toko Aufa menetapkan harga tanpa campur tangan pemerintah dan pihak manapun.</p>
----------	---	---

	<p>karena interaksi permintaan dan penawaran tapi jika harga melonjak karena kesalahan manusia maka pemerintah mempunyai hak intervensi untuk kesejahteraan masyarakat.</p>	
3	<p>Abu yusuf : menurut Abu Yusuf penetapan harga (<i>tas'ir</i>) ia menentang penguasa yang menetapkan harga. Argumennya didasarkan pada sunah Rasulullah <i>Abu yusuf menyatakan bahwa hasil panen yang belimpah bukan alasan untuk menentukan harga panen dan sebaliknya, kelangkaan tidak mengakibatkan harganya melambung. Pendapat Abu Yusuf ini adalah hasil observasi, fakta dilapangan menunjukan bahwa</i></p>	<p>Toko Aufa sudah menetapkan harga Abu Yusuf, dimana penetapan harga Toko Aufa tanpa campur tangan pemerintah. Toko Aufa menetapkan harga sendiri yang dimana tidak melebihi harga pasar. Karena penetapan harga di Toko Aufa bertujuan untuk membantu masyarakat dan bersandar kepada Allah agar semua menjadi berkah.</p>

	<p><i>kemungkinan hasil dapat berdampingan dengan harga yang tinggi namun dan kelangkaan dengan harga yang rendah</i></p>	
4	<p>Al-Ghazali : Penetapan harga menurut Al-Ghazali mencapai <i>masalah hajiyyah</i> yaitu segala sesuatu yang menjadikan nyaman setelah kebutuhan terpenuhi semuanya. Apabila konsumen memiliki anggaran dana yang lebih dan setelah kebutuhan pokoknya terpenuhi maka perlu kiranya kebutuhan yang membuatnya senang dan nyaman dapat menambah kualitas ibadah dan mempermudah kinerjanya</p>	<p>Toko Aufa sudah menerapkan penetapan harga Al-Ghazali, yang dimana toko Aufa sangat mempertimbangkan dalam menetapkan harga yang harus disesuaikan dengan ekonomi masyarakat agar dapat membantu para pembeli memperoleh barang yang diinginkan. Dan tujuan pembeli membeli barang adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup bukan bermegah-megahan.</p>
5	<p>Ibnu Taimiyah : Penetapan harga menurut Ibnu Taimiyah berlandaskan nilai</p>	<p>Toko Aufa juga sudah menerapkan penetapan harga Ibnu Taimiyah,</p>

<p>ajaran islam yang tersirat dalam Al Qur'an dan Hadist, menekan adanya harga standar yang berlaku ketika masyarakat mejual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat khusus. Bahwa standar harga atau harga yang adil dalam ringkasan pandangannya, didefinisikan dengan keuntungan yang adil atau keuntungan yang setara, yaitu keuntungan normal, yang secara umum diperoleh dari berbagai macam model perdagangan, tanpa saling merugikan.</p>	<p>dimana Toko Aufa menetapkan harga barang lebih murah dari pasar dengan kualitas produk yang sama, mengambil keuntungan tidak terlalu besar dan tidak mendzolimi pembeli maupun penjual itu sendiri.</p>
---	--

Dari segi kemauan, konsumen secara sadar dan dengan sendirinya akan mencari produk yang dibutuhkan. Konsumen berusaha mencari produk yang dicarinya. Kadang-kadang harga produk bukan merupakan kendala, asalkan produk tersebut didapatkan. Misalnya konsumen mencari produk dengan merk terkenal yang biasa mereka beli dan digunakan, karena mereka puas maka konsumen tersebut akan mencari sampai dapat berapapun harganya.⁵⁵

Meskipun demikian banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan terhadap laku tidaknya suatu produk itu, karena harga ialah salah satu variabel yang sangat penting terhadap suatu kebijakan dalam pemasaran. Sebagaimana dikemukakan oleh M. Mursid yang mengatakan bahwa harga bagi sebagian besar masyarakat masih menduduki tempat teratas, sebelum ia membeli barang atau jasa. Bagi penjual yang penting bagaimana penetapan harga yang pantas, terjangkau oleh masyarakat dan tidak merugikan perusahaan.⁵⁶

Penetapan harga juga merupakan instrumen yang penting dalam setiap individu yang akan melakukan proses perdagangan (jual beli). Pengetahuan tentang penetapan harga oleh sebagian pedagang dalam melakukan bisnis (jual beli)

⁵⁵ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Caps, 2012), Cet. 1, h.128

⁵⁶ Mursid, M. Drs, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara 2010), Cet 6, h.69

masih banyak yang tidak mengetahui, karena sebagian pedagang hanya melakukan penetapan harga berdasarkan pada keuntungan dan kerugian dalam bisnis perdagangannya. Penetapan harga jual yang baik adalah jika produsen mampu menetapkan harga yang tidak menzalimi dirinya maupun konsumen.

Sistem penetapan harga yang berlaku di toko-toko berbeda-beda berdasarkan kebijakan yang dikeluarkan oleh pihak toko. Penentuan harga didasarkan pada jenis barang yang digunakan, tujuan penetapan harga, metode penetapan harga, dan strategi penetapan harga. Dari hasil wawancara yang terlampir dapat dilihat bahwa Toko Aufa, Kel. Surabaya Kota Bengkulu menggunakan strategi penetapan harga sebagai berikut :

1. Toko menggunakan strategi harga bagi produk baru dengan harga tinggi. Toko menggunakan strategi harga bagi produk baru dengan penetapan harga tinggi, strategi ini digunakan untuk beberapa produk tertentu dengan menentukan harga produk tertinggi khususnya bagi produk baru.
2. Sama halnya dengan strategi penetapan harga dengan berdasar harga tertinggi, pada strategi penetapan harga ini didasarkan pada harga terendah untuk produk-produk tertentu.

3. Toko melakukan strategi penetapan harga dengan menentukan harga produk pelengkap. Umumnya toko membuat produk tertentu menjadi bonus agar pembeli tertarik, misalnya setiap pembeli membeli produk sabun dengan harga tertentu akan mendapatkan bonus paket pewangi pakaian.
4. Ini menunjukkan bahwa toko melakukan strategi penetapan harga dengan menentukan harga jual dengan menawarkan produk lain sebagai bonus. Sebagaimana hasil wawancara bahwa strategi ini sering digunakan oleh Toko Aufa, Kel. Surabaya Kota Bengkulu, paket yang sering menggunakan sistem ini berupa personal care, seperti sabun, shampo, dan minyak yang berasal dari perusahaan yang sama.⁵⁷

Dalam ekonomi Islam diperbolehkan menggunakan berbagai strategi untuk menetapkan harga pada suatu produk. Selama strategi itu tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara yang bathil, tidak melakukan penipuan dan kebohongan juga tidak menzalimi pihak manapun. Sehingga, tipu daya dalam strategi terutama dalam penentuan harga itu dilarang dalam islam karena tipu daya mengandung penipuan, kecurangan, dan kedzakiman. Ketika dilarang oleh

⁵⁷ Liswita. Pemilik Toko Aufa, wawancara pada tanggal 08 April 2022

Allah SWT kareta itu dalam strategi penentuan harga haruslah senantiasa terbebas dari tipu daya.⁵⁸

Penetapan harga di Toko Aufa, Kel. Surabaya Kota Bengkulu yaitu menetapkan harga lebih murah dibandingkan harga pasar, seperti penetapan harga menurut keadaan (*going-rate pricing*) pemilik toko mendasarkan harganya pada harga pesaing dan memperhatikan biaya sendiri ataupun permintaan. Perusahaan-perusahaan biasanya membebaskan harga yang sama, perusahaan yang lebih kecil akan mengikuti pimpinan pasar, mereka merubah harga ketika harga pimpinan pasar berubah dan bukan karena perubahan permintaan ataupun biaya.

⁵⁸ Muhammad Syukir Sula, *Asuransi Syari'ah Life An General*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), h.440

D. Tinjauan Ekonomi Islam dalam Penerapan Penetapan Harga pada Toko Aufa Kota Bengkulu

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yaitu sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukar barang yang diridhoi oleh kedua belah pihak yang akad.⁵⁹

Dari pengertian diatas dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi : "Penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. *Tas'ir* ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil itulah yang dibolehkan."⁶⁰

Dalam Ekonomi Islam berlaku jujur tentunya sangat dibutuhkan dalam menetapkan harga jual. Jujur didalam menghasilkan produk dan jujur dalam menetapkan harga

⁵⁹ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung : Pustaka Setia, 2000) h.87

⁶⁰ Yusuf Qardhawi. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997) h.257

berarti mempertimbangkan nilai-nilai kebenaran dan kemaslahatan umat manusia. Tetapi berbisnis untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek dengan mengabaikan kebenaran dan kemaslahatan secara umum akan menjerumuskan diri sendiri kedalam jurang kehancuran sekarang atau di masa depan. Intinya islam selalu mengajarkan bahwa keuntungan bisnis yang ingin dicapai seorang pedagang adalah keuntungan dunia akhirat bukan keuntungan dunia saja. Yang dimana maksud keuntungan akhirat ini adalah, *Pertama*, harga yang ditetapkan si penjual tidak boleh berlipat ganda dari modal, sehingga memberatkan konsumen, *Kedua*, berdagang adalah bagian dari realisasi *ta'awun* (tolong menolong) yang dianjurkan islam. Dimana penjual mendapat untung sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhan yang dihajatkannya. *Ketiga*, berdagang dengan mematuhi etika ekonomi Islam, merupakan aplikasi syari'ah, maka ia dinilai sebagai ibadah.

Konsep harga yang adil ini telah dikenal pada awal Islam dan awal Literatur fiqih, jika membahas tentang konsep harga yang adil menurut Islam, maka kita tidak terlepas dari bagaimana pemahaman para ulama tentang konsep harga yang pada awal Literatur Fiqih, Al-Qur'an sangat menekankan perlunya keadilan dan kejujuran. Agama Islam sudah mengatur tatanan kehidupan manusia secara komprehensif, terlebih lagi dalam bidang muamalah.

Abu Yusuf dalam kitabnya Al-Kharaj ia memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Pemahaman ini mengatakan bahwa bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan demikian pula sebaliknya, pada kesimpulannya Abu Yusuf menyatakan murah atau mahalnya suatu harga merupakan ketentuan Allah.

Sedangkan Ibnu Taimiyah dalam kitabnya Majmu Fatwa Syeh Al-Islami dan kitab Al-Hisab fiil Al-Islam Ibnu Taimiyah, menyatakan perubahan dalam penawaran dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan ditentukan oleh selera dan pendapatan. Sedangkan Ibnu Khaldun menyatakan dalam bukunya Muwaddimah menulis khusus tentang harga-harga di kota ia juga menjelaskan mekanisme permintaan dan penawaran dalam menciptakan harga seimbang.⁶¹

Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan mendasar dalam transaksi yang Islam. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (*kezaliman*) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan

⁶¹ Dawam Raharjo, *sejarah pemikiran Islam*, (Jakartam IIIT, 2002) Cet ke 2, h.121

pihak yang lain, harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.⁶²

Dari hasil observasi dan penelitian, peneliti menyatakan bahwa Toko Aufa, Perum Griya Asri Kel. Surabaya Kota Bengkulu menetapkan harga barang dibawah harga pasar pada umumnya. Dalam konsep Ekonomi Islam penetapan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.⁶³

Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil, dan setiap yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang.

a. *Tallaqqi rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong do pinggir kota mendapatkan keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari kampung akan harga yang

⁶² M. Ishak, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Islam Yogyakarta, 2003), h.331-332

⁶³ Adiwarman A.Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.152

- berlaku di kota. Mencegah akan masuknya pedagang desa ke kota ini akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
- b. Mengurangi timbangan dilarang karena dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang sedikit.
 - c. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
 - d. Menukar kurma yang kering dengan kurma basah dilarang, karena takaran kurma basah ketika kering menjadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
 - e. Menukar satu kurma kualitas bagus dengan dua takaran kurma kualitas sedang, hal ini dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
 - f. Transaksi najasy dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barang-barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
 - g. Ikhtikar dilarang, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
 - h. *Ghaban faa-hisy (besar)* dilarang yaitu menjual di atas harga pasar.

Ibnu Taimiyah mempertimbangkan harga yang setara ini sebagai harga yang adil. Dalam majmu fatawa-nya Ibnu Taimiyah mendefinisikan *equivalen price* sebagai harga baku

(*s'ir*) dimana penduduk menjual barang-barang mereka dan secara umum diterima sebagai suatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus. Sementara dalam hisbah, ia menjelaskan bahwa *equivalen price* ini sesuai dengan keinginan atau lebih persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas kompetitif dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan. Ia mengatakan, “jika penduduk menjual barangnya dengan cara yang normal tanpa menggunakan cara yang tidak adil, kemudian harga itu meningkat karena pengaruh kekurangan persediaan barang itu atau meningkatnya jumlah penduduk (*meningkatnya permintaan*), itu semua karena Allah. Dalam kasus seperti itu, memaksa penjual untuk menjual barangnya pada harga khusus merupakan paksaan yang salah.”⁶⁴

Yusuf Qardowi dalam karangannya berjudul Fatwa-Fatwa Kontemporer mengenai kaitan keundangan dengan *Al-ghaban* (teknik Penawaran) yang oleh sebagian pembahas dianggap harga yang sama, meskipun terkenal disebagian Fuqaha bahwa *Al-ghaban* ditoler batas maksimal sepertiga (dari harga pembelian atau harga pokok). Sedangkan jika melebihi sepertiga dianggap sebagai *Al-ghaban* yang buruk yang tidak boleh dilakukan denga didasarkan pada hadits

⁶⁴ M. Ishak, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Islam Yogyakarta, 2003), h.331-332

tentang masalah wasiat, “sepertiga dan sepertiga itupun sudah banyak”.

Namun demikian laba dan penawaran adalah dua hal yang berbeda tidak saling memastikan, kadang-kadang seseorang pedagang mendapatkan laba 50%, tetapi dia tidak dianggap menipu pembeli karna harga pasar pada saat itu sedang baik, kadang-kadang penjual bersikap mudah kepada pembeli padahal ia sudah mendapatkan keuntungan yang besar, demikian pula terkadang sipedagang menjual barang kepada pembeli dengan keuntungan yang sedikit, atau tanpa mendapatkan keuntungan, tetapi dilakukannya dengan menipu pembeli, sebagai mana Al-Qur'an juga menyebut-nyebut perniagaan maknawiyah (yaitu bersifat immeterial).⁶⁵ Seperti dalam firman Allah dalam Q.S Fathir ayat 29 :

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca Kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebagian dari rezki yang kami anugerahkan kepada mereka dengan diam – diam dan terang – terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.*” (Al-Fatir: 29).

⁶⁵ Yusuf al-Qardhaw, *Norma dan Etika Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), Jilid 2, h.587-596

Dan firman-Nya dalam Q.S Ash-Shaf ayat 10 :

وَأُخْرَىٰ تُبَوِّهُمَا نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?*”. (Ash-Shaf:10)

Ada perbedaan pula antara pedagang yang dapat membeli barang dengan harga murah karna ia dapat langsung membelinya dari produsen tanpa perantara dengan pedagang yang membelinya dengan garga yang lebih tinggi setelah barang itu berpindah-pindah dari tangan ketangan. Karna pedagang yang pertama mendapat keuntungan lebih besar dari yang kedua.

Maksud uraian tersebut adalah bahwa dalam Al-Qur'an dan As-sunah tidak terdapat nash yang memberikan batasan tertentu terhadap laba atau keuntungan dalam perdagangan. Yang jelas hal ini deserahkan pada hati nurani masing-masing orang muslim dan tradisi masyarakat sekitarnya dengan tetap memelihara kaedah-kaedah dan kebijakan serta larangan memberikan mudharat terhadap diri sendiri ataupun terhadap orang lain yang memang menjadi pedoman bagi semua tindakan dan prilaku seorang muslim.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis kumpulkan dari berbagai macam pengumpulan data baik berupa wawancara dan observasi, maka penulis mengemukakan

bahwa penetapan harga yang ditetapkan oleh Toko Afa Perum Griya Asri, Kel. Surabaya Kota Bengkulu dengan menetapkan harga lebih rendah dari pada toko sejenisnya dan pasar. Dikarenakan Toko Afa berada didalam perumahan yang golongan masyarakat nya beragam. Dengan melihat dimana lokasi perumahan jauh dari pasar dan supermarket lain sehingga hanya Toko Afa yang mudah dijangkau jika hanya memerlukan beberapa keperluan rumah tangga yang mendesak yang dimana dilihat dari keunggulan produk sama dengan pasaran tetapi dengan harga yang lebih terjangkau, maka harga yang ditetapkan masih tergolong adil. Tidak merugikan konsumennya karena manfaat dan kualitasnya sama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penerapan *Price Fixing* (penetapan harga) barang pada Toko Aufa Perum Griya Asri, Kel. Surabaya Kota Bengkulu itu dilihat dari beberapa faktor yang dilihat dari kehidupan sehari-hari masyarakat antara lain, dilihat dari daya beli masyarakat, kemampuan masyarakat dalam membeli suatu barang, posisi atau lokasi Toko yang lebih mudah terjangkau dari pasar. Penetapan harga barang pada Toko Aufa Perum Griya Asri, Kel. Surabaya Kota Bengkulu tidak melanggar aturan bermuamalah dalam Islam dengan kata lain tidak melakukan suatu kecurangan yang dapat merugikan pelanggan atau pembeli. Pihak Toko dalam menetapkan harga barangnya bertujuan untuk membantu masyarakat yakni menetapkan harga barang sesuai dengan tingkat kemampuan pelanggan dalam membeli suatu produk atau barang.

Menurut tinjauan ekonomi Islam Penerapan *Price Fixing* (penetapan harga) pada Toko Aufa Perum Griya Asri, Kel. Surabaya Kota Bengkulu sudah sesuai dengan nilai-nilai syariah, karna kualitas produk dan penetapan harga yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta pembelian konsumen bertujuan bukan untuk bermegah-

2. megahan atau melakukan pemborosan melainkan dijadikan sebagai pemenuhan terhadap kebutuhan primer yaitu kebutuhan yang wajib ada bagi orang muslim. Allah menjelaskan dalam surat An-Nisa ayat 29, bahwa Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak *syar'i* seperti riba, judi dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya, sekalipun pada akhirnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman hukum *syar'i* tetapi diketahui oleh Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut :

1. Bagi toko Aufa kota Perum Griya Asri, Kel. Surabaya Kota Bengkulu, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya penetapan harga yang sesuai dengan prinsip ekonomi islam yang dimana tetap memperhatikan kualitas produk yang disesuaikan dengan harga yang ditawarkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi referensi pada penelitian yang akan dilakukan berikutnya serta hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang penetapan

harga serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Karim Adiwarmam. "*Ekonomi Islam suatu Kajian Kontemporer.*" Jakarta: Gema Insani.2015
- Azwar, Karim Adiwarmam. "*Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam.*" Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.2004
- Aisyah, S. N. "*Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Toko Arafah Jl. Perjuangan Cirebon).*" Doctoral dissertation: IAIN Syekh Nurjati Cirebon.2015
- Alma Buchari. "*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.*" Bandung, Alfabeta.2014
- Lubis, Fahmi Andi II dkk. "*Hukum Persaingan Usaha Buku Teks Edisi Kedua.*" Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha KPPU.2017
- Ahmad,Umar Syarif. "*Faktor-faktor yang menentukan loyalitas pelanggan*", International Journal Administration, Business and Organization (IJABO), Vol 1 (1), 2020
- Alma Buchari. "*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.*" Bandung: Alfabeta.2014
- Alaiddin Koto. "*Ilmu Fiqh dan Ushl Fiqh (Sebuah Pengantar).*" Jakarta : PT Rajawali Pers.2011
- Daryanto. "*Sari Kuliah Manajemen Pemasaran.*" Bandung. Pt Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.2011
- Nugrahani Farida. "*Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa.*" Surakarta: Farida Nugrahani.2014

- J.Moleong Lexy.”*Metodologi Penelitian Kualitatif.*” Bandung: PT Remaja Rosdakarya.2019
- Yunia, Fauzia Ika dan Kadir, Riyadi Abdul. “*Prinsip Dasar Ekonomi Islam.*” Jakarta: Kencana.2014
- Rahman Firdaus dan Fuaddi Husni. “*Strategi Penetapan Harga Pada Toko Air Minum Assyifa Kangen Water ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam.*” (Jurnal Al-Amwal Vol. 5, No. 2. 2016
- Zikrurrahman Faris dkk.” *The Effect of Product Completeness and Pricing on Consumer Purchase Decisions at Nano Stores During the COVID-19 Pandemic in Bandung Regency, Indonesia.*” International Journal Administration, Business and Organization (IJABO), Vol 2 (1). 2021
- Hermansyah. “*Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia.*” Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2008
- Hasnah, H. “*Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Rumah Makan Prasmanan Arhy di Makassar .*” Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.2013
- Habli, A. “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.*” Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.2020

- Hakim Lukman.”*Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.*” Jakarta: Erlangga.2012
- Idri.”*Hadis Ekonomi.*” Jakarta: Kencana.2015
- Jalawida, S. ”*Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Di Rumah Makan Ma’Cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengah).*” Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung.2019
- Karim, Adiwarman Azwar. “*Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam.*” Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.2012
- Kotler Philip. Kevin Lane K. “*Manajemen Pemasaran.*” Jakarta: Erlangga.2009
- Meyliana Devi. ”*Hukum Persaingan Usaha Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga dalam Persaingan Usaha,*” Malang: Setara Press.2013
- Mardani. “*Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah.*” Jakarta: Rajawali Pers.2017
- Muhamad. “*Manajemen Bank Syari’ah.*” Yogyakarta: UPP AMYKPN.2005
- Marzuki, S. N. “*Penerapan Masalah Dalam Penetapan Harga Penjualan Pada Minimarket Di Kabupaten Bone. Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah: ilmu ekonomi dan keuangan (konvensional dan syariah).*” Vol. 4 (1).2021
- Nur, M. T., & Hardianti, A. *Penetapan Harga Pada Supermarket Pt. Sejahtera Opsal Kota Palopo Perspektif Ekonomi Islam.*

- Nurfaizah, K. "Government Intervention In Determining Prices According To Ibn Taimiyah's." *Airlangga International Journal of Islamic Economics and finance*. Vol 2 (2).2019
- Nur Chamid. "Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam." Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2010
- J.Moleong, Lexy. "Metodologi Penelitian Kualitatif." Bandung: PT Remaja Rosdakary.2019
- Bungin Burhan. "Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya." Jakarta: Kencana.2007
- Muri Yusuf. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan Penelitian Gabungan." Jakarta: kencana.2014
- Rudianto. "Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis." Jakarta: Erlangga.2013
- Rahman, F., & fuaddi, H. "Strategi Penetapan Harga Pada Toko Air Minum Assyifa Kangen Water Ditinjau Menurut Persepektif Ekonomi Islam. *Al-Amwal*." 5(2).2016
- Marzuki, Siti Nikmah "Penerapan Masalah Dalam Penetapan Harga Penjualan Pada Minimarket di Kabupaten Bone." *Jurnal Al-Tsarwah*, Vol. 4, No. 1.Juni 2021
- Muslihatun Siti. "Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam." (Studi Pada Fotocopy dan Percetakan Ammey). Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu.2017

- Szasza Jalawida. *“Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi di Rumah makan Ma’cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengah).”*(Skripsi UIN Raden Intan Lampung.2019
- Siswanto Arie. *“Hukum Persaingan Usaha.”* Jakarta: Ghalia Indonesia.2002
- Utomo, Budi Setiawan. *“Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer).”* Jakarta: Gema Insani.2003
- Widyana Maya D & Muryati. *“An Analysis Of Production Cost Effect With Order Price Method On Sales Pricing Of Products At Pt. Aneka Printing Indonesia In Sukoharjo, International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR).”* Vol 1 (2).2017
- Yasir Sadan, Skripsi : *“pengambilan keuntungan melalui pembulatan pada bisnis warung internet perspektif UU No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan perspektif hukum islam”*, jurusan muamalt fakultas syariah. UIN Sunan Kalijaga.2012

L

A

M

P

I

R

A

N





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

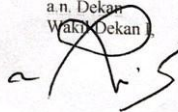
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Kamis, 30 Desember 2021
Nama Mahasiswa : Ade Kristina
NIM : 1811130131
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Penerapan <i>Price Fixing</i> pada toko Alhamdulillah ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus toko Alhamdulillah Kota Bengkulu)	 Ade Kristina.....	 Delky Antrani, M.A

Mengetahui,
a.n. Dekan
Wakil Dekan



Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP 196606161995031003

Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Penerapan *Price Fixing* pada Toko Alhamdulillah ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Toko Alhamdulillah Kota Bengkulu)" yang disusun oleh :

Nama : Ade Kristina
NIM : 1811130131
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 30 Desember 2021 M/1443 H

Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminan. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 13 Januari 2022 M
Jumadil Akhir 1443 H

Mengetahui



Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M
NIP. 197705092008012014

Penyeminan



Debbv Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 0090/Un.23/F.IV/PP.00.9/01/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Asnaini, MA
NIP. : 197304121998032003
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Debby Arisandi, M.BA
NIP. : 198609192019032012
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N a m a : Ade Kristina
Nim. : 1811130131
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Tugas Akhir : Penerapan *Price Fixing* Pada Toko Alhamdulillah Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Toko Alhamdulillah Kota Bengkulu).
Keterangan : Skripsi

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 17 Januari 2022

Dekan



- Tembusan :
1. Wakil Rektor I
 2. Dosen yang bersangkutan
 3. Mahasiswa yang bersangkutan
 4. Arsip

PEDOMAN WAWANCARA

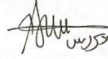
Penerapan *Price Fixing* Pada Toko Afa ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

A. Daftar Wawancara kepada pemilik Toko Afa

1. Bagaimana kontrol pengelolaan Toko Afa terhadap penetapan harga ?
2. Menurut anda apakah harga yang diberikan sudah mengikuti pasaran ?
3. Apakah kualitas produk dan harga sepadan ?
4. Siapakah yang menetapkan harga di Toko Afa ?
5. Apa yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga ?
6. Apakah keunggulan produk dilihat dari kualitas harga ?
7. Bagaimana cara penetapan harga yang dilakukan toko afa ?
8. Apakah harga yang sudah ditetapkan bisa berubah ?
9. Apakah dalam penetapan harga di Toko Afa terdapat campur tangan dari pihak lain ?
10. Apakah dalam penetapan harga di Toko Afa terdapat campur tangan dari pemerintah?
11. Siapa pemilik Toko Afa ?
12. Sejak kapan Toko Afa didirikan ?
13. Dimana lokasi Toko Afa didirikan ?
14. Bagaimana sejarah berdirinya Toko Afa ?
15. Ada berapakah karyawan di Toko Afa ?
16. Ada dan bagaimana visi, misi Toko Afa ?
17. Variasi produk apa yang dijual di toko Afa ?

Bengkulu, 28 maret 2022

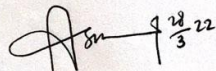
Penulis



Ade Kristina
1811130131

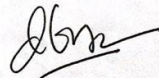
Mengetahui

Pembimbing I



Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Pembimbing II



Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012

DOKUMENTASI PENELITIAN





